

# ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального  
университета

Серия 1  
Проблемы образования,  
науки и культуры

2012

№ 2 (101)

# IZVESTIA

Ural Federal University  
Journal

Series 1  
Issues in Education,  
Science and Culture

2012

№ 2 (101)

ЖУРНАЛ ОСНОВАН В 1920 г.

СЕРИЯ ОСНОВАНА В 1995 г.  
ВЫХОДИТ 4 РАЗА В ГОД

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

- В. А. Кокшаров**, ректор УрФУ –  
председатель совета  
**Д. В. Бугров**, директор Института  
гуманитарных наук и искусств УрФУ  
**М. А. Хомяков**, директор Института  
социальных и политических наук УрФУ  
**В. В. Алексеев**, акад. УрО РАН  
**А. Е. Аникин**, чл.-корр. СО РАН  
**В. А. Виноградов**, чл.-корр. РАН  
**А. В. Головнев**, чл.-корр. УрО РАН  
**С. В. Голынец**, акад. РАХ  
**К. Н. Любутин**, проф. УрФУ  
**А. В. Перцев**, проф. УрФУ  
**Ю. С. Пивоваров**, акад. РАН  
**А. В. Черноухов**, проф. УрФУ  
**Т. Е. Автухович**, проф. (Белоруссия)  
**Дитирх Беннер**, проф. (Германия)  
**Дж. Боулт**, проф. (США)  
**Пол Бушкович**, проф. (США)  
**М. М. Гиршман** (Украина)  
**Массимилено Гудерцо** (Италия)  
**Лай Инчуань**, проф. (Тайвань)  
**Альберт Ковач**, проф. (Румыния)  
**Нэнси Коллман**, проф. (США)  
**М. Н. Липовецкий**, проф. (США)  
**Джеральд Майкельсон**, проф. (США)  
**Арто Мустайоки**, проф., вице-президент  
МАПРЯЛ (Финляндия)  
**Б. Ю. Нормани**, проф. (Белоруссия)  
**Хармут Рюсс**, проф. (Германия)  
**Грэг Саймонс** (Швеция)  
**Карен Хьюитт**, проф. (Великобритания)  
**А. Федотов** (Болгария)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ

- Главный редактор  
**В. М. Амиров**  
Ответственный секретарь  
**Л. А. Хухарева**  
Члены редколлегии  
**Б. Н. Лозовский**  
**М. М. Ковалева**  
**В. Ф. Олешко**  
**И. В. Зиновьев**  
**Э. В. Чепкина**  
**Л. Г. Попова**  
**Л. Л. Рыбцова**  
**А. П. Чудинов**  
**Т. А. Галеева**  
**Т. Ю. Быстрова**  
**И. Б. Бритвина**  
**Ю. Р. Вишневский**  
**В. В. Запарий**

## СОДЕРЖАНИЕ

ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	
<i>Ковалева М. М.</i> Политическая журналистика или медиаполитология? .....	5
<i>Руденкин В. Н.</i> Роль СМИ в профилактике и противодействии коррупции: опыт США .....	9
<i>Казарин Ю. В.</i> Признаки и качества текста .....	15
<i>Зиновьев И. В.</i> Диалогизм М. М. Бахтина и современная теория журналистики .....	24
<i>Олешко В. Ф.</i> Мобильные возможности гражданской журналистики .....	31
<i>Булатова Э. В.</i> Дискурсивные особенности текстов корпоративной прессы ....	40
<i>Фатеева И. А.</i> Медиабезопасность личности как теоретико-практическая проблема .....	48
<i>Олешко Е. В.</i> Принципы эффективной навигации и диалоговости как компоненты новейшей информационной культуры .....	54
<i>Ильина О. В.</i> Практики конструирования образа персонажа в прессе: между тождественностью и самостью .....	60
<i>Каблуков Е. В.</i> Телевизионные новости как сложный текст медиадискурса....	64
<i>Малахеев И. В.</i> Быть летописцем современности .....	71
<i>Дуреко Е. Ю.</i> Медиаконцепт «Екатеринбург – столица» и его варьирование в журналистском дискурсе .....	77
<i>Крапивина Л. А.</i> Информационная зависимость подростков в мире глобализации .....	84
ПСИХОЛОГИЯ	
<i>Маявинова С. С.</i> Особенности ценностного отношения к религиозной культуре	

в среде современной молодежи (кросс-культурное исследование) .....

СОЦИОЛОГИЯ	
<i>Руденкин В. Н.</i> Средний класс и перспективы самоорганизации гражданского общества в России .....	100
<i>Бритвина И. Б.</i> Мигранты как объект социологического изучения: проблемы методологии и методики .....	106

ЛИЧНОСТЬ И ОБЩЕСТВО	
<i>Ермаков Ю. А.</i> «Политическое животное» в контексте коррупции .....	116

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ	
<i>Быстрова Т. Ю.</i> Эволюция архитектуры Луиса Кана .....	122
<i>Шутемова Е. А.</i> Художественные принципы формообразования в дизайне-проектировании .....	135

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ	
<i>Бритвин А. М., Бритвина И. Б., Старостова Л. Э.</i> Научная конференция как коммуникативный подход к взаимодействию вуза и территории .....	144
<i>Бакштановский В. И., Богданова М. В.</i> Этика профессора: реинституциализация высокой профессии .....	150

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ	
<i>Зиновьев И. В.</i> От теории коммуникации – к философии информационного общества (рец. на кн.: <i>Гавра Д. П.</i> Основы теории коммуникации) .....	157

# ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 070.1 + 32.001

**М. М. Ковалева**

## **ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ИЛИ МЕДИАПОЛИТОЛОГИЯ?**

Рассматриваются проблемы магистерской подготовки на факультетах журналистики, в частности содержание программ, посвященных анализу функционирования СМИ в сфере политики. Автор предлагает разработать новую программу подготовки магистров из числа выпускников гуманитарных факультетов, проявляющих интерес к информационно-коммуникационным проблемам.

**Ключевые слова:** информация, политика, политический процесс, информационная политика.

В последнее время на многих факультетах журналистики нашей страны началась подготовка магистров по программе «Политическая журналистика». Как всякая программа научных исследований по избранной специализации, она предполагает наличие достаточно устойчивого и аргументированного понятийного аппарата, соотнесенного с предметом исследования. Название программы, о которой идет речь, неизбежно провоцирует ряд вопросов: что такое «политическая журналистика»? Какой круг проблем охватывается этим понятием (качественные характеристики текстов, проблематика, связанная с политикой)? Каков объект и предмет изучения, каким должен быть научный и практический результат исследования? Ответы на эти вопросы зависят от того, что понимается под наименованием данного предмета. Скорее всего, речь идет об исследовании текстов по данной тематике или анализе отдельных специализированных изданий, посвященных политике, что несколько лет назад реализовывалось в рамках таких программ журфаков, как освещение проблем

---

КОВАЛЕВА Маргарита Михайловна — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: mmkovaleva@yandex.ru).

© Ковалева М. М., 2012

экономики, политики, культуры. Анализ «освещения» проводился на базовой концептуальной основе, применявшейся в советские времена в области всех гуманитарных исследований, — в соответствии с идеологией марксизма-ленинизма. Средства массовой информации XXI в. работают в новых социальных и политических реалиях, которые требуют осмысления как в теории, так и на практике. Если согласиться с тем, что к политической журналистике относятся произведения, тема которых связана с политикой, то неизбежно вновь встают вопросы: разве не связаны в современной журналистской практике с политической публикации и передачи, к примеру, о проблемах ЖКХ, критикующие действия монополий в той или иной сфере социальной жизни, затрагивающие проблемы культуры, образования? Вряд ли кто сегодня рискнет отрицательно ответить на эти вопросы. Таким образом, можно констатировать, что термин «политическая журналистика» носит условный характер и как минимум требует конкретной методологии анализа. В то же время политическая журналистика, несомненно, является частью такой универсальной и вечной для мировой журналистики проблемы, которая может быть сформулирована в общем виде как «СМИ и власть» или «журналистика и политика». Безусловно, каждое государство и общество решает ее по-своему, в зависимости от собственной культурно-исторической традиции и политической системы.

Современные информационные технологии стремительно изменяют картину мира и создают практически неограниченные возможности свободного доступа к информации. Вместе с тем наблюдается и другой процесс: чем больше информации поступает в виртуальное и реальное пространство, тем менее информированным становится отдельный человек. Ученые с тревогой отмечают информационный хаос, переживаемый человечеством, что создает реальные возможности для манипулирования и дезинформации. Особую остроту приобретают проблемы воспитания навыков обращения с информацией, ее обработки (выбора!), а также способов ее распространения. С учетом всего вышесказанного общественно значимой и существенной для российского информационного пространства становится задача подготовки квалифицированных кадров. Свыше десяти лет в Уральском государственном университете (ныне — УрФУ) работает совет по защите докторских и кандидатских диссертаций по специальности 10.01.10 «Журналистика (политические науки)». Под руководством автора данной статьи защищено 3 докторских и 10 кандидатских диссертаций, посвященных специфике функционирования СМИ в политическом процессе, что дает основание поделиться некоторыми соображениями по поводу того, как может осуществляться подготовка научных и практических кадров в этом направлении. Речь идет о формировании определенного научного направления и, соответственно, учебной дисциплины «Медиаполитология». По нашему мнению, именно магистратура может стать начальным этапом его разработки. Конечно, такая специализация может успешно осуществляться в крупных университетских центрах, обладающих достаточными кадрами преподавателей.

Прежде всего, о наименовании данного направления. Семантика первой части слова «медиаполитология» — «медиа-» — дает научный простор для об-

рашения к необходимому эмпирическому материалу не только в виде собственно журналистских произведений, но и рекламных продуктов, PR-компаний в СМИ, которые сегодня существуют в едином информационном пространстве. По сути, то, что сейчас называется «журналистика», — это продукт взаимодействия всех трех видов массово-информационной деятельности. При этом каждый из них обладает специфическими характеристиками. Журналистское произведение в первую очередь предполагает наличие таких качеств, как авторская позиция, умение анализировать факты, явления и события и надежная аргументация. У PR-деятельности свои способы работы с информацией: информация, информационный повод создается, а не интерпретируется, как в журналистике. Ее задача — сформировать информационную повестку дня, убедить, создать имидж. С этой целью используются и журналистские тексты, и рекламные произведения. Что касается рекламы, то она, в свою очередь, широко пользуется образными средствами, ресурсами журналистики (скрытая реклама) и т. д. Что касается политического процесса, то в нем все три типа массово-коммуникационной деятельности присутствуют, чаще всего дополняя друг друга.

В отечественной политологии информационные возможности рассматриваются как механизм, позволяющий непосредственно «продуцировать политический порядок» [2], и даже прогнозируется наступление медиакратии, при которой информационные отношения превратятся в ключевой фактор политического управления. Все это заставляет по-новому отнести к ряду устоявшихся в современной теории журналистики представлений о профессии, суть которой сводится к функции объективного информирования, «сторожевого пса» общественных интересов, исполняющего роль посредника между властью и обществом. Другими словами, журналист не является самостоятельным субъектом политического процесса. Это мнение не выдерживает критики, если учесть реалии современного информационного общества, где, по сути, именно информационная политика является составной частью политического процесса. Да и сам политический процесс в новейших исследованиях отечественных и зарубежных политологов рассматривается не только в традиционном толковании, как развернутая во времени и пространстве последовательная цепь событий, ведущих к захвату или удержанию власти. Одним из формирующихся направлений в раскрытии содержания понятия «политический процесс» является его толкование как процесса формирования политических отношений в обществе, взаимодействия людей в общественной жизни, предусматривающего обдуманный выбор собственной политической позиции. Все это возможно лишь при условии получения достоверной, структурированной в зависимости от авторской позиции информации. Именно поэтому, анализируя взаимоотношения СМИ и политики, необходимо исходить из таких характеристик информации, как объем (полная, неполная), ее характер (негативная, позитивная) и качество (достоверность, аргументированность).

Медиатизация политики, связанная с информационной глобализацией, политизация самих СМИ на современном этапе исторического развития определяют новое содержание политического процесса и требуют изучения. Для политологов, как представляется, это особенно актуально, так как позволяет на-

инструментальном уровне использовать потенциал СМИ как для анализа, так и для грамотного поведения в информационной сфере, разнообразить и концентрировать способы активизации индивида в политической жизни общества. Для журналистов наличие дисциплины «Медиаполитология» в образовательном процессе — это расширение представлений о функциональных возможностях СМИ как социально-политического института, субъекта политики, объекта политического действия, способа оптимизации взаимоотношений со всеми ветвями власти, средства установления общественного диалога как необходимого условия гражданского общества. Ведь очевидно, что демократизация невозможна без взаимодействия (а не только конфронтации, как это чаще всего бывает) СМИ с такими субъектами политического процесса, как органы государственной власти, политические партии, институты гражданского общества. При этом необходимо различать PR-деятельность как составную часть политтехнологий, и журналистику как канал объективного формирования общества.

Медиаполитология, по нашему мнению, могла бы стать теоретическим фундаментом формирования государственной информационной политики. Кто сегодня творит политику в России? Тот, кто имеет возможности стать собственником как можно большего количества изданий и каналов, обладает средствами для оплаты Интернета.

В модуль дисциплины «Медиаполитология» должен быть включен такой предмет, как «Политическая культура журналиста». Если принять за основу ценностно-деятельностный подход к определению понятия «культура» [1], то политическая культура журналиста может формироваться в процессе накопления знаний, навыков, приобретения умения разбираться в политических отношениях, основанных на исторических ценностях того общества, представителем которого является журналист. Политическая культура может рассматриваться как важная составляющая профессиональной культуры журналиста, от которой зависит возможность аккумулировать общественные интересы, влияющие на принятие политических решений. В условиях становления гражданского общества в России журналистика все чаще проявляет себя и как социально-политический институт. Впрочем, генетически расположенная к политике журналистика в России обладает еще одной существенной особенностью: еще в XIX в. В. Г. Белинский отмечал, что в России журналы могут создать партию. Политиков в нашей стране нередко «творят» журналисты: достаточно вспомнить события декабря 2011 г., выдвинувшие новых политических деятелей от оппозиции.

В содержание разрабатываемых по данному направлению курсов было бы целесообразно включить один немаловажный компонент, который еще не стал предметом специальной научной рефлексии, — культуру властовования, контуры которой могут входить и в содержательный компонент государственной информационной политики.

Политических журналистов, конечно, необходимо готовить. И университетская система в состоянии это сделать. Магистратура по медиаполитологии способна не только выполнить эту задачу, но и подготовить преподавателей для работы в области социально-политических наук. И политология, и журна-

листика имеют один общий объект исследования — это социальная и политическая жизнь общества. На первый взгляд такое сходство может выглядеть чисто внешним. Политология — сфера научной деятельности, а журналистика — общественной и творческой, однако их взаимодействие в развитии современного политического процесса в России может оказаться полезным.

Представленные в данной публикации суждения, конечно же, имеют дискуссионный характер, автор выражает надежду на то, что в результате коллективных усилий научной общественности, вузов в системе университетского образования возникнут новые направления в соответствии с вызовами современного политического процесса.

---

1. Коган Л. Н. Социология культуры. Екатеринбург, 1992.

2. Соловьев А. В. Политическая идеология: логика исторической эволюции // Полис. 2001. № 2. С. 5–23.

*Статья поступила в редакцию 10.05.2012 г.*

УДК 070 + 328.185

В. Н. Руденкин

## **РОЛЬ СМИ В ПРОФИЛАКТИКЕ И ПРОТИВОДЕЙСТВИИ КОРРУПЦИИ: ОПЫТ США**

Проанализированы нормативно-законодательные основы прозрачности деятельности органов власти в США. Показано влияние законов рынка на деятельность американских СМИ. Раскрывается роль американских СМИ в обеспечении прозрачности деятельности органов государственной власти.

**Ключевые слова:** коррупция, коррупционные скандалы, профилактика коррупции, СМИ, свобода информации.

За последние десятилетия многие страны мира сумели добиться впечатляющих успехов в борьбе с коррупцией. Это стало возможным благодаря реализации целой системы антикоррупционных мероприятий. Одним из элементов этой системы является обеспечение максимальной прозрачности деятельности органов власти. В условиях такой прозрачности у нечистых на руку политиков и чиновников гораздо меньше возможностей для служебных злоупотреблений, нежели если их деятельность окутана завесой секретности. В этом отношении исключительно важную роль играют СМИ: сама угроза быть выведенным на чистую воду, стать «героем» скандальной газетной публикации или телевизионного

---

РУДЕНКИН Василий Николаевич — доктор политических наук, профессор, проректор по научной работе Уральского института экономики, управления и права, Екатеринбург (e-mail: rudenkin@mail.ru).

© Руденкин В. Н., 2012

репортажа оказывает отрезвляющее воздействие на потенциальных коррупционеров, удерживает их в рамках закона и административной морали.

Принципиально важно то, что даже самые высокопоставленные должностные лица в этих странах не имеют иммунитета от «неприятных» журналистских вопросов. Здесь никого не удивляет, если журналисты потребуют объяснений от главы правительства и даже президента страны (не говоря уже о рядовых министрах и чиновниках рангом пониже), касающихся, например, источника дополнительных доходов. Находясь на содержании у налогоплательщиков и имея, помимо достойной зарплаты, еще и немалые социальные льготы, «государственные люди» в то же время лишаются таких привилегий частных лиц, как тайна частной жизни и презумпция невиновности: если ты пошел в политику или на госслужбу, то должен быть максимально открыт для общественного контроля и постоянно доказывать законный характер получаемых материальных благ. А уж если попадешься на взятке или не сможешь доказать законность полученных доходов, то наказание будет строгим и неотвратимым. Причем одной отставкой дело, как правило, не ограничивается. Например, в Сингапуре, одной из наиболее чистых от коррупции стран мира, за получение даже небольшой взятки чиновник может с легкостью угодить за решетку на 5–8 лет. Его портрет в обязательном порядке напечатают ведущие газеты и покажут центральные телеканалы — такая практика считается здесь одной из наиболее эффективных мер профилактики коррупции [1].

Рассмотрим данную проблему на примере США. В этой стране СМИ всегда играли очень важную роль, далеко выходящую за рамки сугубо информационного воздействия на общество. Еще А. де Токвиль отмечал, что пресса в Америке обладает огромным влиянием. «Под ее воздействием, — писал он, — оживляется политическая жизнь во всех уголках этой обширной территории. Именно пресса своим бдительным оком выслеживает, а потом извлекает на свет божий тайные двигатели политики и вынуждает общественных деятелей поочередно представать перед судом общественности. ...в Соединенных Штатах каждая отдельно взятая газета не имеет большой власти, но периодическая печать, как таковая, до сих пор является первой после народа силой» [4, 153].

Американцы очень чувствительны к «недолжному поведению» своих политиков и чиновников и столь же нетерпимы к тем, кто злоупотребляет своим положением и оказанным им общественным доверием, справедливо полагая, что важнейшим средством профилактики и пресечения таких злоупотреблений является прозрачность органов власти. Ее обеспечивают прежде всего законы, гарантирующие гражданам право на свободу информации, и СМИ, которые помогают гражданам реализовать это важнейшее конституционное право. Будучи хорошо информированными, граждане имеют возможность оспаривать те или иные действия, решения или планы властей, добиваться наказания нерадивых или коррумпированных должностных лиц и компенсации за причиненный ими ущерб. Понимание должностными лицами того, что их неправомочные действия вполне могут стать темой скандального материала в прессе, а возможно, и предметом судебного иска и разбирательства, достаточно надежно удерживает их от таких действий.

Нормативно-законодательный фундамент прозрачности деятельности государственных и муниципальных органов составляют первая поправка к Конституции США, которая гласит: «Конгресс не должен издавать ни одного закона, относящегося к установлению религии либо запрещающего свободное ее исповедание, либо ограничивающего свободу слова или печати, или право народа мирно собираться и обращаться к правительству с петициями об удовлетворении жалоб»; а также Федеральный закон «О свободе информации», гарантирующий всем американцам право на получение информации в любых органах исполнительной, законодательной и судебной власти. Кроме того, закон требует, чтобы органы власти проводили свои заседания публично; обеспечивали открытый доступ к официальным документам и информации; публиковали финансовые отчеты, представляемые официальными лицами и сотрудниками законодательных, исполнительных и судебных органов федеральной власти, с целью дать гражданам достаточную информацию для оценки вероятности того, что на действия этих чиновников оказывают неподобающее влияние их финансовые интересы.

Политическое содержание газет, журналов, книг и другой печатной продукции практически никак не регулируется государством, поскольку первая поправка к Конституции США гарантирует свободу печати. Единственными ограничениями служат законы о клевете и диффамации, но в нашумевшем судебном процессе 1964 г. ««Нью-Йорк таймс» против Салливана» Верховный суд США постановил, что должностные лица и общественные деятели имеют право требовать возмещения ущерба, причиненного публикацией в прессе, лишь в том случае, если эти публикации содержат заведомую ложь, непроверенные сведения или являются сознательной и «злонамеренной попыткой» бросить тень на репутацию, подорвать общественное положение того или иного лица. Понятно, что доказать то и другое очень трудно.

Конечно, законодательство должно защищать политиков и чиновников от клеветы и унижения их достоинства, но важно не допустить, чтобы оно использовалось ими для выведения себя из-под критики прессы. Прагматичные американцы считают, что «политики и государственные чиновники не должны быть защищены иммунитетом от обвинений в коррупции, а иски о клевете должны рассматриваться в гражданском, а не уголовном суде. По крайней мере в этом отношении США резко выделяются среди других стран: согласно федеральному законодательству, должностным лицам гораздо труднее возбудить дело о клевете, чем частным, и подобные дела относятся к гражданскому, а не уголовному праву. Ведь публичные фигуры сознательно идут на риск быть постоянно в зоне общественного внимания, и у них всегда есть возможность через средства массовой информации опровергнуть обвинения» [2, 221].

Вклад американских СМИ в борьбу с коррупцией не сводится только к проведению журналистских расследований и привлечению внимания общественности к фактам коррупции среди политиков и чиновников. Не менее важную роль СМИ играют также в политическом и правовом просвещении граждан, содействуют их информированности. Ведь готовность граждан защищать свои права напрямую зависит от того, насколько они информированы об этих правах,

имеют ли представление о том, что именно нужно делать в случае их нарушения. В американской прессе постоянно обсуждаются темы, имеющие отношение к этой проблеме.

Конечно, важно учитывать, что американские СМИ работают в условиях рынка, который диктует свои законы. СМИ хотят зарабатывать деньги, а для этого вынуждены стремиться к росту своих тиражей, рейтингов, к повышению привлекательности для рекламодателей и т. д. Поэтому, как ни парадоксально прозвучит такое утверждение, СМИ даже заинтересованы в том, чтобы в стране было побольше коррупционных скандалов, ибо на их освещении можно неплохо заработать. Это не значит, конечно, что, освещая коррупционные скандалы, руководители и сотрудники СМИ не желают искоренения породивших их причин; просто объективно такие скандалы для СМИ — хороший информационный повод, и чем больше подобных поводов, тем лучше для их бизнеса.

Вот почему американские СМИ охотно участвуют в непрекращающейся «войне компроматов», которую ведут между собой республиканцы и демократы, зарабатывая на ней хорошие деньги. Политические оппоненты поставляют в СМИ компромат друг на друга, который те охотно доводят до сведения широкой аудитории. Причем достается не только действующим политикам, но и уже ушедшим из жизни, в том числе прежним любимцам нации. Например, в 1997–1998 гг. очередной «жертвой» СМИ стал один из самых известных демократов XX в. Дж. Кеннеди. «В течение пары лет этому человеку, олицетворявшему совсем недавно самое лучшее в наследии Демократической партии, был сотворен омерзительный образ сексуального проходимца и грязного политического босса, связанного с наиболее преступными мафиозными группировками. Средства массовой информации не гнушились смаковать разнообразные сексуальные отклонения и извращения, якобы присущие покойному президенту. Выходило так, что стоило Кеннеди оказаться одному, без супруги, как он тут же пускался в сексуальные оргии. В конце 1997 г. П. Дженнингс, ведущий политбозреватель на главном телевизионном американском канале Эй-би-си, подытожил весь этот компромат в пространной передаче, претендовавшей на создание политического портрета Кеннеди через призму его сексуальных отклонений» [3, 63–64].

Если лидеров демократов (Дж. Кеннеди, Б. Клинтона) обвиняют в «аморалке», то лидеров республиканцев — по большей части в финансовых преступках и злоупотреблениях властью. В 1970-х гг. американские СМИ на протяжении многих месяцев вели разоблачительную кампанию против президента Р. Никсона с связи с «уотергейтским скандалом». Много лет спустя, в конце 1997 г., эта история получила продолжение. СМИ поведали о новых прегрешениях бывшего президента страны. После рассекречивания магнитофонных записей Белого дома, относящихся к 1971 г., выяснилось, что Р. Никсон еще до Уотергейта организовал противозаконную слежку за своими политическими противниками. СМИ даже обвинили Р. Никсона в антисемитизме, который в современной Америке характерен только для ультраправых, например для куклуксклановцев.

«На первый взгляд вся эта непрекращающаяся разоблачительная кампания преследует одну благородную цель — освобождение американской политики от злоупотреблений и утверждение здоровых морально-нравственных норм, — пишет российский ученый В. В. Согрин. — Но, наблюдая за ней на протяжении длительного времени, нельзя не прийти к выводу, что ее двигателем являются иные мотивы, не имеющие отношения к заботе о политической нравственности. И эти мотивы не исчерпываются жестким соперничеством партий и элит за власть. Невозможно не обратить внимание на то, что в разоблачительных кампаниях средства массовой информации практически не разделяются по политическим симпатиям, и либеральные телеканалы и газеты, например, развенчивают демократических лидеров с неменьшим рвением, чем консервативные. Так же очевидно, что все они руководствуются в своих действиях принципом “все средства хороши для достижения цели” и без стеснения, позабыв о любых моральных принципах, роются в “грязном белье” своих жертв. Суммируя все эти любопытные и в общем-то очевидные черты поведения СМИ, приходишь к выводу: важнейшим движущим мотивом американских массмедиа является добыча политических сенсаций, способных шокировать и держать в напряжении наибольшее число сограждан. А такие сенсации как раз и можно почерпнуть в оборотной стороне деятельности и особенно личной жизни политических лидеров. Скандалы резко повышают рейтинг телеканалов и газет, а значит, привлекают богатых рекламодателей и тем самым способствуют экономическому процветанию и конкурентоспособности массмедиа» [3, 64].

Разделяя в целом оценку В. В. Согрина, хочу вместе с тем отметить, что она представляется несколько односторонней. Настолько ли в деятельности американских СМИ преобладают «рыночная» мотивация, погоня за скандалами и сенсациями, стремление чуть ли не любой ценой добиться зрительского (читательского) внимания, что они практически не оставляют места гражданским мотивам? Допускаю, что было бы наивно принимать за чистую монету краси- вую риторику СМИ в духе того, что они выполняют «просветительскую миссию», способствуют «реализации конституционного права граждан на информацию», являются «сторожевыми псы демократии», «четвертой властью», от имени общества контролирующей действия политиков и чиновников, и т. д. Однако и отрицать полностью наличие у СМИ каких-то иных мотивов, кроме сугубо «рыночных», все же не стоит. Все-таки СМИ действительно в немалой степени способствуют просвещению граждан и контролируют действия должностных лиц, заставляют их вести себя более ответственно перед согражданами — утверждать обратное было бы по меньшей мере несправедливо.

Другое дело, что в рыночном обществе — свои законы, причем достаточно жесткие. И игнорировать их не может себе позволить никто, в том числе СМИ. И если телезрители, читатели, радиослушатели хотят «жареных фактов» и сенсаций, СМИ будут находить их и «подавать к столу» в большом количестве — нравится это кому-то или нет. Так уж устроено рыночное общество, что в нем у каждого свой бизнес, каждый, образно выражаясь, «несет свой чемодан». «Чемодан» СМИ — это новости, и они будут искать их прежде всего среди публичных персон, чья жизнь на виду, чьи поступки небезразличны тысячам и

миллионам рядовых граждан. Поэтому любой политик (чиновник) должен понимать, что он находится под пристальным вниманием СМИ, а следовательно, ни один его незаконный, неэтичный поступок не останется без последствий. Не хочешь становиться «героем» скандального журналистского расследования — не давай повода для этого. А если не уверен в своей моральной устойчивости или законопослушности, не иди в публичную политику или на госслужбу, найди себе другое занятие.

Ну и, конечно, нельзя отрицать того, что разоблачительные материалы в СМИ о неблаговидных поступках должностных лиц не только наносят серьезный ущерб личной репутации последних, но и подрывают доверие граждан к тем структурам, в которых работают такие лица. Вот почему попавшиеся на злоупотреблениях политики и чиновники бежалостно изгоняются со службы — и чтобы другим неповадно было, и чтобы граждане не теряли веру в символизируемую законом справедливость (вспомним нашумевшие истории с бывшим президентом Всемирного банка П. Вулфовичем, бывшим губернатором штата Нью-Йорк Э. Спйтцером, бывшим губернатором штата Иллинойс Р. Благоевичем, бывшим мэром Детройта К. Килпатриком).

Конечно, разоблачительные материалы в СМИ не дают никаких гарантий того, что подобные скандальные истории с высокопоставленными должностными лицами не будут иметь места впредь. В то же время они служат серьезным предостережением политикам и чиновникам, склонным к «неподобающему поведению», и тем самым достаточно надежно предохраняют систему власти в стране от политической и моральной деградации. Так что нельзя не признать, что СМИ действительно в немалой степени способствуют освобождению американской политики от злоупотреблений и утверждению этических норм служебного поведения.

---

1. Панкратова С. Дешевле не брать // Деловой вторник. 2007. 25 сент.

2. Роуз-Аkkerман С. Коррупция и государство: причины, следствия, реформы / пер. с англ. О. А. Алякринского. М., 2003.

3. Согрин В. В. США: общественно-политический портрет на исходе XX в. // Мировая экономика и международные отношения. 1998. № 9. С. 51–66.

4. Токвиль А. Демократия в Америке : пер. с франц. / предисл. Г. Дж. Ласки. М., 1992.

*Статья поступила в редакцию 05.05.2012 г.*

УДК 81'42 + 81'37

**Ю. В. Казарин**

## ПРИЗНАКИ И КАЧЕСТВА ТЕКСТА

Описываются внутренние свойства, качества и признаки текста как единицы культуры и как результата языковой деятельности. Автор предлагает новую типологию качеств текста, выделяя как генеральные, категориальные, дифференциальные, так и дополнительные качества. Исследуется смысло-тематическая структура текста с выделением сфер событийного, фактологического, контекстологического (в социально-денотативном смысле) и оценочно-интерпретационного характера. Статья создана в рамках нового направления лингвистики и филологии текста — текстоведения и текстотворчества.

**Ключевые слова:** текстоведение, текстотворчество, генеральные/категориальные/дифференциальные признаки текста, смысло-тематическая структура текста, событийная сфера, сфера фактологии, контекстная сфера, сфера оценки, текст как единица культуры.

### Основные признаки текста

В начале 80-х гг. XX в. были открыты такие признаки текста, как *цельность, связность* (И. Р. Гальперин [5]), *завершенность* (И. Р. Гальперин, Г. В. Колшанский [7]), *отдельность* (Т. В. Трошина), *прагматичность* (И. В. Гальперин). В 90-х гг. XX в. и в начале XXI в. появились новые текстоведческие исследования (которые дооформили текстоведение как науку), определившие широкий (но неокончательный) круг признаков и качеств речи. Н. С. Болотнова отметила соотносительный характер признаков текста: а) *интеграция — когезия — связность — ретроспекция — проспекция*; б) *модальность — эмотивность — экспрессивность — прагматичность*; в) *цельность — контекстуально-смысловая завершенность — отдельность*. Позже Н. С. Болотнова выделила также *коммуникативность, концептуальность, прагматичность, информативность, структурность, интегративность, регулятивность, смысловую завершенность, модальность, эмотивность, проспективность и ретроспективность* текста. Этот набор признаков представляет собой иерархию на основе каузативности качеств текста (ср.: *коммуникативность* → *модальность*; *модальность* → *экспрессивность*) [3].

Весомый вклад в изучение системы и структуры текста внесла Л. Г. Бабенко, автор ряда монографий и учебников по текстоведению. Ученый отмечает универсальный характер ряда категорий текста, основу которого составляют *целостность и связность*. Л. Г. Бабенко считает, что целостность (или цельность) текста обусловлена концептуальностью текстового смысла; связность обеспечивается наличием категорий *информационности, интегративности, завершенности, хронотопичности* и др. Также вычленяются такие важные

---

КАЗАРИН Юрий Викторович — доктор филологических наук, профессор кафедры современного русского языка Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: said55@yandex.ru).

признаки, как *антропоцентричность, диалогичность, единство внешней и внутренней формы, развернутость и последовательность, напряженность* (эстетически обусловленная *прагматичность, концептуальность и образность*), *интерпретируемость* [2].

Среди всех перечисленных признаков и качеств текста явно выделяются признаки категориальные и дифференциальные. Кроме того, с учетом типов текстотворчества, выделяются тексты, имеющие различную языковую, прагматическую и вообще культурологическую природу. Текстовые категории традиционно делятся на содержательные, формальные и функциональные. Разные по своей природе тексты имеют различные дифференциальные качества и признаки. Вместе с тем все тексты имеют одни и те же категориальные признаки, такие как *цельность, связность и завершенность*.

Предположим иную типологию качеств текста, опираясь на степень их конститутивности в текстах, т. е. разделим известные признаки на те, которые а) встречаются во всех текстах; б) не во всех; в) в некоторых текстах. Итак, текст (художественный, журналистский, игровой, деловой и любой другой нехудожественный) имеет признаки/качества генерального, категориального, дифференциального и дополнительного характера.

К *генеральным признакам текста* относятся следующие:

- системность (структурность + функциональность);
- самоорганизованность (саморезультативность + самопорождаемость);
- креативность (творческая природа текста + эстетичность и этичность);
- вербальность (результат текстотворчества как ведущего вида языковой деятельности);
- кодифицированность (текст — система кодов: культурологических, графических, звуковых, грамматических, стилистических, дискурсных и языковых);
- интерпретативность (возможность декодирования; также полиинтерпретативность художественных, журналистских, игровых и других текстов);
- антропологичность (антропоцентричность через антрополингвистичность);
- модальность (как отношение к предмету; коннотативность в широком понимании);
- энергетичность (способность текста накапливать, сохранять и выделять энергию языкового, культурного, психологического, социального и т. п. характера);
- культурологичность (текст — знак, единица культуры);
- духовность (текст как содержатель и выражатель мысли — переживания — духа).

Перечисленные генеральные признаки/качества текста являются также и его конститутивными свойствами, неотъемлемыми от сложных и комплексных процессов мышления, познания, номинации и текстотворчества, которые, в свою очередь, определяют и обуславливают наличие данного «матричного» комплекса качеств текста как функциональной единицы познания и культуры.

К *категориальным признакам текста* относятся следующие:

- целостность (цельность); этот признак определяется содержанием и в целом картиной мира, которая формируется и отображается в сознании читателя;

кроме того, данный признак обусловлен сюжетом, фабулой, композицией и содержательно значимыми формальными структурами текста;

— связность (синтагматические, сочетаемостные отношения единиц культурологического, графического, звукового, грамматического, дискурсного, языкового, а также композиционного, строфического, интонационного, мелодического и т. п. характера; развернутость и последовательность);

— завершенность (неаддитивность: от англ. to add — «добавлять, дополнять»; финальность компонентов как плана выражения, так и плана содержания текста);

— диалогичность (по М. М. Бахтину, в широком социальном смысле);

— напряженность (коннотативность + сложность/фабульность; композиционность; «притяженность» текстом внимания и т. д.);

— стилистичность (соответствие вербальной стороны текста денотативному пространству мира/картине мира; адекватность и гармония функции и содержания);

Категориальные признаки текста представляют собой парадигму (ряд), которая, естественно, будет пополняться по мере углубления исследований различных аспектов текста. Например, необходимо также учитывать в качестве категориальных такие признаки, как *интегративность* (включаемость в парадигму текстов определенного типа); *непроницаемость* (невозможность произвольного внедрения в текст чужеродных фрагментов; хотя интертекстуальные тексты имеют данный признак в ослабленном виде); *воспроизведимость* (относительный признак «готового вида» текста); *коммуникативность, концептуальность, pragматичность, членимость* и др.

Категориальные признаки (их необходимый полный набор) присущи всем, или почти всем текстам (исключение составляют тексты визуально-коммуникативного типа: смс, ммс, текст телеграммы, игровые и экспериментальные тексты, тексты-анаграммы и т. п.)

**Дифференциальные признаки текста** присущи определенному, специальному типу текста (в зависимости от того или иного вида текстотворчества). Тексты логично разделить на три большие группы, основываясь на доминирующем виде информации, реализующемся в том или ином тексте. И. Р. Гальперин выделяет следующие виды информации в тексте: *содержательно-фактуальная* (объективная); *содержательно-концептуальная* (субъективная) и *содержательно-подтекстовая* (ассоциативная, коннотативная) информация [5]. Кроме этих видов информации существуют и такие, сущность и специфика которых до сих пор затмнены. Например, информация культурологического и текстологического характера (история, география, время); этико-эстетическая информация (нравственно-эстетический формат, сценарий текста; метод, направление, школа), антропологическая информация (языковой паспорт текстотворца); дискурсная информация (способы вербализации мысли, образа, представления и т. п.) и др.

В зависимости от преобладания в тексте того (тех) или иного (иных) вида информации выделяются тексты художественные (+ художественные жанры СМИ), нехудожественные и экспериментальные (неологические, игровые, прецедентные, «пробные», синкетические и т. д.).

Художественные (+ СМИ) тексты имеют наиболее широкий набор дифференциальных признаков. Следует отметить, что в ряду художественных (+ СМИ) текстов поэтический текст занимает особое, базовое, исходное, архетипическое место: поэтический текст — прародитель, предок всех видов и типов текстов вообще (ср. стихотворные математические, геометрические, исторические, философские, медицинские, государственные и прочие тексты, созданные в эпохи Междуречья, Древнего Египта, Древнего Вавилона, Древней Индии, Древней Греции и др.). Вот эти признаки:

- экспериментальность (наличие в тексте различных кодовых новаций);
- эвристичность (наличие в тексте содержательных примет открытия, сенсации — в СМИ, сверхактуальных или глубинных смыслов, приемов, формально-содержательных новаций и т. п.);
- энigmатичность (наличие в тексте смысловых «темнот» — С. С. Аверинцев [1]); этот признак иногда представляется категорией непонятности, непонятного (П. Вайль [4]): П. Вайль, говоря о категории непонятности в стихах А. Введенского и О. Мандельштама, отмечает, что непонимание, непонятность — это мировоззренческая категория, «непонимание — это наше шестое чувство». Одним словом, энigmатичность (непонятность) текста, его «затемненность» — это показатель прежде всего смысловой глубины, или глубокой имплицированности непознаваемого, неизъяснимого, невыразимого, т. е. духовного и Божественного);
- комплетивность (языковое, культурное восполнение: обогащение языка, способов познания и порождение традиции, форм культуры и т. д.);
- цельнооформленность и идиоматичность (высокая степень изоморфизма устойчивой формы и смыслового, полиинтерпретативного, содержания);
- герметичность (наличие в тексте устойчивых индивидуально-авторских кодов);
- репродуктивность (текстотворчество как процесс основывается на механизме «предыдущий текст способствует созданию последующего» — это в узком смысле; в широком смысле репродуктивность есть источник подражательства, учебы, тренинга, текстовой редупликации текстотворца);
- графичность (прямой признак всех печатных и виртуальных текстов, а также потенциальный признак текстов звуковых и текстов синкретической природы: визуально-аудиальных, визуальных, текстов-видеом, текстов с фильтром, орнаментальной и т. п. графикой).

Кроме того, тот или иной текст может иметь ***признаки дополнительного характера***. Например, такие качества, как образность, коннотативность и хронотопичность, присущи не всем текстам (тексты новостные, деловые и т. п. могут быть необразными и неконнотативными, а также смс, телеграмма и некоторые другие тексты могут иметь неопределенный, «размытый» хронотоп).

Генеральные, категориальные, дифференциальные и дополнительные признаки текста обеспечивают его субстанциональность и конститутивность, выделяя текст из различных парадигм результата языкового мышления и языковой деятельности. Кроме того, данные признаки/качества обусловливают и определяют системность, структурность, функциональность текста, а также его возможности иметь динамические и мобильные планы выражения и содержа-

ния, такие как смысло-тематические структуры, лингвограмматические модели и композиционные комплексы текста не как процесса речи/говорения, а как причины, процесса и результата познания, мысли (замысла), номинации и формирования определенной картины мира.

### Смысло-тематическая структура текста

Смысло-тематическая структура текста (далее – СТСТ) – это зеркальное отражение текстового замысла в тексте, обусловленного и обеспеченногопроцессами мышления, познания, номинации, семантизации и вербализации. Поскольку теория зеркальности (отражения) имеет древнее происхождение, приходится учитывать современное представление об объеме и качестве «отраженного» в тексте мира (от Аристотеля до Ю. Д. Левина: первый обращал внимание на соотношение «мир – язык», второй – на отношения «автор – текст»; Д. С. Лихачев, исследуя поэтическую географию, отмечал зеркальность в отображении конкретного места (топоса) в тексте, например, в стихотворении А. Блока «Ночь, улица, фонарь, аптека...»). Отображение мира и замысла в тексте – это очень сложный процесс, дающий разные результаты с точки зрения «качества зеркала». Такое качество определяется прежде всего спецификой сознания, особенностями языка и различными параметрами текста. «Зеркальное отражение» мира в языке, языка в личности и в сознании, языковой личности в тексте может иметь следующее качество, обусловленное главным образом степенью монолитности и ровности «зеркальной поверхности» такого отображения. Итак, данное «метафизическое зеркало» может быть а) идеально цельным и ровным – абсолютная адекватность «копии» оригиналу; б) идеально цельным, но неровным, волнистым и т. п. – неполная адекватность; в) цельным, ровным, но в трещинах – искаженное, «разорванное», хаотичное отражение; г) разбитым, но осколки ровные, гладкие – фрагментарное отражение; д) разбитым, осколки неровные, волнистые – абсолютно искаженное изображение и т. д. и т. п.

Текст автобиографии представляет абсолютную адекватность ее автора и персонажа. Текст мемуарного характера и биография представляют неполную адекватность, а повесть и роман – искаженное воплощение черт автора в образе персонажа. Текст стихотворения (элегии, например) представляет фрагментарное отображение эмоционального состояния текстотворца. Фельетон, памфлет, шаржированный текст, пародия, фантастическая проза (фэнтези) представляют, как правило, абсолютно искаженный образ того или иного прототипа.

Примерно такие же отношения зеркальности существуют в процессах отображения «оригинала» (мира, языка, языковой личности, замысла) в тексте и реализации результата, «копии» в тексте (картина мира, модальность, композиция, смысловые структуры, система персонажей, фабула и т. п.).

Качество и объем замысла («величие замысла» – И. Бродский) неизбежно корректируются, изменяются, редуцируются (или наращиваются, что происходит реже) сопротивлением «материала» (мир), сопротивлением «инструмента» (сознание, мышление, язык, языковая личность) и сопротивлением «результата»

(собственно текст). Общеизвестны несовпадения замысла и текста в творчестве таких мастеров, как И. С. Тургенев («Отцы и дети», образ Базарова), М. Ю. Лермонтов («Герой нашего времени», образ Печорина), А. С. Грибоедов («Горе от ума», образы Молчалина, Чацкого) и др. В этом случае мы имеем дело с трудно объяснимым явлением достижения неосознанной и непоставленной цели. Причем следует отметить, что достигается цель не случайная, а некая другая, незапланированная, непредвидимая. Этот феномен проявляется по следующей причине: в тексте сталкиваются, а затем синтезируются или противопоставляются друг другу две взаимосвязанные, но тем не менее независимые интенции — авторская и текстовая. Опытный читатель всегда задается парой нерасторжимых вопросов:

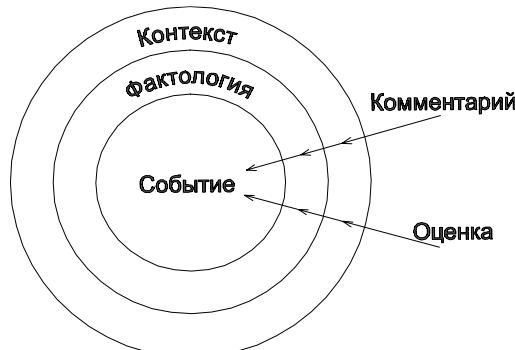
1. Что хочет сказать автор?
2. Что «хочет сказать» текст?

Двойная интенциональность текста влечет за собой появление феномена двойной модальности (Печорин — «хороший» и «плохой» человек), двойной картины мира («позитивной» и «негативной»), двойной образности (Печорин — плохой-хороший человек) и, следовательно, двойной интерпретации (Печорин — герой или антигерой своего времени). И наконец, отвечая на два поставленных вопроса, читатель (естественно, опытный, прозорливый, «профессиональный») принимает двойное решение, обусловленное решением двойной проблемы при прочтении двойного этико-эстетического сценария текста:

1. Автор сказал нечто.
2. Текст «сказал» нечто иное.

Поэтому текстовое время/пространство необходимо считать (как минимум) двойным, а героя (персонажа) рассматривать в качестве двуликой, суперсложной личности (1. Анна Каренина ≈ Лев Толстой и 2. Анна Каренина ≈ Анна Каренина).

Тем не менее текст (любой текст) в основе своей имеет типовую смыслотематическую структуру, которая представляет собой логико-информационную основу содержательного плана, а также связана непосредственно с генеральными и категориальными признаками текста. Эта структура включает в себя следующие сферы (с незакрепленным порядком их следования в процессе реализации, создания конкретного текста):



Такая организация СТСТ не является «жесткой» и неподвижной: во-первых, определенный вид текстотворчества обуславливает доминирование той или иной сферы СТСТ; во-вторых, «свободный», незакрепленный порядок реализации той или иной сферы также зависит от антрополингвистической специфики текста (автор, языковая личность, языковая способность); в-третьих, именно такое, подвижное, устройство СТСТ определяет ту или иную степень адекватности замысла тексту, реализации «двойного замысла» («зеркало»; автор — текст).

**Событийная сфера СТСТ** представляет собой номинируемую, отображаемую, вербализируемую ситуацию:



Ядро ситуации: субъект (+ n); процесс (+ n): действие, состояние, отношение (+ n); объект (+ n).

Приядерная зона: темпоральность/время (+ n) и локальность/пространство (+ n).

Периферийная зона: определители (+ n); определители определителей (+ n) и т. д.

Структура ситуации может быть полной и неполной. Ситуация — это не только ядро событийной сферы СТСТ, но и основа фабульной сферы текста. Существует также возможность наличия в тексте ситуации имплицитного (латентного) характера (ситуация =  $\emptyset$ ). Ситуация может быть динамической, статической и смешанной (спорадически, периодически только динамической или только статической). Например: «Все смешалось в доме Облонских...» (динамическая); «Ночь, улица, фонарь, аптека...» (статическая); «Я вас любил, любовь еще, быть может, в душе моей угасла не совсем...» (смешанная).

**Фактологическая сфера СТСТ** основывается прежде всего на выражении хронотопа (время и место действия), а также на фиксации участников события, условий, причин; кроме того, эта сфера может включать статистические данные. Например: «Авиакатастрофа произошла в пятницу, 13 февраля, недалеко от Иркутска; погибло 114 человек, в том числе экипаж; причиной катастрофы, по предварительному мнению экспертов, может оказаться человеческий фактор».

**Контекстологическая сфера СТСТ.** Эта сфера включает в себя описание и анализ контекста выражаемого события. Виды контекста (по объему): *узкий контекст* (в рамках небольшого пространства и непродолжительного времени: село, район, город; дни, недели, месяцы); *средний контекст* (в рамках средней продолжительности времени и средних размеров пространства: субъект РФ, область, регион, край); *широкий контекст* (страна, континент, объединение стран, международные блоки, организации, объединения); *максимальный контекст* (мир, земной шар, планета, Солнечная система, галактика и т. д.).

Различаются также типы контекста по качественному основанию (по сферам жизни, деятельности, отношений): *персональный контекст* (жизнь одного человека, семьи); *социальный контекст* (коллектив, общество); *политический, экономический контекст* (экономика и политика предприятия, страны); *бытийный контекст* (место события в общей картине мира); *религиозный контекст* (событие с точки зрения конфессионального сознания); *физический контекст* (событие в рамках экологических, биологических, антропологических и т. п. проблем); *психологический контекст* (событие с точки зрения психологии); *культурологический контекст* (событие как часть цивилизации и культуры); *нравственный контекст* (событие с точки зрения общественной морали, нравственности, библейских заповедей и т. д.). Естественно, этот список может уточняться, тем не менее он отображает основные качественные особенности событийного контекста.

**Сфера комментария СТСТ.** Комментарий — это анализ каузативных (причинно-следственных) особенностей события, а также синтез (обобщение) с обязательной конструктивной частью заключения. Источники комментария: *свидетельский комментарий* (очевидцы и участники события); *экспертный комментарий* (специалисты, профессионалы); *мониторинговый комментарий* (фронтальный и специализированный опрос, интервьюирование); *авторский комментарий* (индивидуально-авторский).

**Оценочная сфера СТСТ.** Источники оценки: *экспертная оценка*; *оценка очевидца*; *мониторинговая оценка*; *авторская оценка*; *комплексная оценка* (синтез оценок, принадлежащих различным источникам). Виды оценки с точки зрения того или иного качества источника: *эмоциональная оценка*; *психологическая оценка*; *культурологическая оценка*; *этическая оценка*; *эстетическая оценка*; *рациональная оценка*; *правовая оценка*; *политическая оценка*; *экономическая оценка*; *социальная оценка*; *философская оценка*; *религиозная оценка* и др. Наиболее объективной и эффективной оказывается комплексная оценка, исходящая из разнообразных источников и касающаяся оптимального количества аспектов комментируемого и оцениваемого события.

Таким образом, категория СТСТ как базовой сферы, как основы плана содержания текста является системой, имеющей определенное строение, структуру, качество которой (порядок реализации сфер СТСТ в тексте) определяет композиционные (внешние: «архитекторика», и внутренние: сюжет, фабула) особенности текста. С другой стороны, СТСТ соотносится с информативно-смысловым и прагматическим уровнями текста [3], или, по другой терминологии, с семантическим пространством текста [2] (концептуальное, денотативно-

событийное, хронотопическое, художественное, эмотивное пространства текста), или, по иной терминологии, с культурным, эстетическим, духовным, дискурсным и языковым пространством текста [6].

Повторим, что смысло-тематическая структура текста — это система подвижная; порядок следования событийной, фактологической, контекстологической (+ комментарной и оценочной) сфер зависит от специфики познания, номинации и вербализации объекта, от замысла, целеполагания, особенностей процессов текстотворчества, а главное — от качества языковой личности, языковой способности. Последнее оказывается наиболее важным: именно специфика языковой личности/текстовой личности и языковой способности создает условия и уникальную ситуацию в текстотворчестве — появление на свет абсолютно непохожих друг на друга текстов.

- 
1. Аверинцев С. С. Поэты. М., 1996.
  2. Бабенко Л. Г. Филологический анализ текста: основы теории, принципы и аспекты анализа. М., 2004.
  3. Болотнова Н. С. Основы теории текста. Томск, 1999.
  4. Вайль П. Стихи про меня. М., 2007.
  5. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
  6. Казарин Ю. В. Поэтическое состояние языка (попытка осмысления). Екатеринбург, 2002.
  7. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке. М., 1990.

*Статья поступила в редакцию 10.05.2012 г.*

УДК 070.1 + 167 + 179.1

**И. В. Зиновьев**

## **ДИАЛОГИЗМ М. М. БАХТИНА И СОВРЕМЕННАЯ ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ**

В статье рассмотрены основные направления перспективных исследований современной российской журналистики с позиций диалогической концепции М. М. Бахтина. Разобрано применение бахтинского диалогизма к исследованию диалогических жанров, взаимодействия авторов и читателей, взаимоотношений разных типов журналистской деятельности, особенностей пропагандистских текстов.

**Ключевые слова:** диалог, М. М. Бахтин, российская журналистика, диалогические жанры, автор и читатель, пропаганда.

Профессия журналиста немыслима без интервью, бесед, дискуссий на самые разные темы. Но какую методологическую базу избрать для исследования всего огромного массива диалогических журналистских текстов? Особенно это важно в современных условиях, когда в российском обществе идет активный политический, межкультурный и межконфессиональный диалог [11, 15, 18, 19]. Мы считаем продуктивным применение в исследованиях современных журналистских произведений теоретического багажа русской философии диалога, к представителям которой относим признанного исследователя диалога и создателя собственной концепции диалогизма М. М. Бахтина, а также русских философов С. Л. Франка, Л. П. Карсавина, Н. С. Трубецкого [8]. Некоторые аспекты теоретического наследия русских диалогистов применительно к современной журналистике были рассмотрены нами ранее [7].

В данной статье мы обратимся к наследию Бахтина и обозначим те направления исследований современной журналистики, к которым это наследие применимо для понимания сути творческих процессов и изучения форм коммуникативного действия.

Как известно, важнейшие свои работы Бахтин написал в условиях всеохватной цензуры, преданно оберегавшей тоталитарные устои. Несмотря на это ученому удалось создать концепцию, направленную на разрушение основы тоталитарного мышления — принципа монологизма. Важнейшими особенностями бахтинского диалогизма являются следующие: всякий включенный в многообразный межкультурный контекст текст — диалогический; основа диалогического текста — полифонизм или многоголосие; в противовес монологу диалог имеет несомненный потенциал развития и обновления. «Нет ни первого, ни последнего слова и нет границ диалогическому контексту (он уходит в безграничное прошлое и в безграничное будущее), — утверждал Бахтин. — В любой момент развития диалога существуют огромные, неограниченные массы

---

ЗИНОВЬЕВ Илья Викторович — доктор философских наук, профессор кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: ziliv@mail.ru).

забытых смыслов, но в определенные моменты дальнейшего развития диалога, по ходу его они снова вспомнятся и оживут в обновленном (в новом контексте) виде» [2, 373].

В первую очередь отметим, что предложенные Бахтиным теоретические подходы могут быть использованы при исследовании диалогических жанров журналистики. Это прямо признают отечественные исследователи журналистики [4, 14]. С точки зрения Л. Р. Дускаевой, «диалогичность публицистической речи» заключает в себе «выраженность в текстах взаимодействия смысловых позиций коммуникантов, многоголосия политического общения. Это качество проявляется, во-первых, как представленность в тексте смысловой позиции адресата, ее оценки автором и учета в процессе общения; во-вторых, как отражение смысловых позиций “третьих” лиц — единомышленников и оппонентов автора, а также героев газетных публикаций — и авторского отношения к этим позициям (в виде оценки, комментариев к ним и их интерпретации); в-третьих, как демонстрация реципиенту саморефлексии журналиста. Указанные формы эксплицируются в трех видах: макродиалогичности, непосредственной диалогичности и внутренней диалогичности. Макродиалогичность выражается передачей разных речевых партий в разных текстовых плоскостях. В этом случае одни публикуемые материалы вступают в диалогические отношения с другими материалами одного издания или разных изданий, включаясь в широкий социальный контекст. Непосредственная диалогичность отражается в передаче в одной текстовой плоскости диалога журналиста со своим собеседником. Внутренняя диалогичность — это выражение во внешне монологическом тексте взаимодействия разных смысловых позиций» [3, 76]. К перечисленным выше разновидностям публицистической речи необходимо отнести также коммуникативное взаимодействие (как прямое, так и косвенное) между журналистами, выражающими в СМИ разные точки зрения на обсуждаемый предмет. К этому случаю можно, с нашей точки зрения, применить термин «интердиалогичность».

Если обратиться к телевизионной журналистике, где помимо живого высказывания, которое столь значимо в диалогизме Бахтина, важное значение имеет еще и сиюминутный образ дискутирующих или беседующих, то можно говорить о развитии бахтинского подхода. Речь идет о дополнении звучащего слова жестами, мимикой, другими особенностями поведения человека в ходе телепередачи: «Именно телевидение может представить наиболее полно и глубоко чью-то точку зрения, ибо мы при этом не только слышим слова человека, его голос, но и видим его, он может стать для нас более понятным, доступным, он может вести с нами диалог, отвечать в прямом эфире на заданные сию минуту вопросы, — живой человек, такой же, как мы» [1, 63–64].

Еще одна тенденция развития современных СМИ связана с диалогом журналистов и аудитории, который требует самого пристального внимания со стороны исследователей отечественной журналистики. В первую очередь это связано с процессами демократизации, происходящими в России в последние два десятилетия, что подразумевает более полную реализацию свободы слова и самовыражения. С другой стороны, на это накладывается процесс бурного

технологического развития, когда рядового гражданина окружают уже не единицы, и даже не десятки, а сотни СМИ, распространяемые по самым разных информационным каналам. Перед журналистами стоит задача наиболее эффективного использования новых правовых, гуманитарных, технических возможностей для диалога с аудиторией. По мнению В. Ф. Олешко, «сегодня реализовать диалоговость как форму взаимоотношений СМИ с аудиторией возможно лишь при условии разработки ряда моделей эффективной с этой точки зрения коммуникационной деятельности. А перед исследователями журналистики, следовательно, стоит научно-практическая задача по определению форм взаимовлияния коммуникатора и его аудитории, разработке практических рекомендаций по корректировке качеств и формированию условий и технологий, оптимизирующих массово-коммуникативную деятельность» [12, 135].

Анализируя взаимоотношения аудитории и журналистов, следует обратить внимание на понятие «информационный запрос». По Бахтину, мы могли бы рассматривать информационные запросы, являющиеся практическим воплощением ментальной и духовной информационной потребности общества, как «вопрошание», адресованное информационному пространству в целом. Диалогическая концепция Бахтина позволяет оснастить исследование информационной потребности соответствующим инструментарием. Это могло бы способствовать улучшению общей исследовательской ситуации, о которой пишет М. В. Загидуллина: «Дефицит фундаментальных исследований информационной потребности во многом объясняется сформировавшимся в науке подходом к информационной потребности как некому абстрактному конструкту, описываемому с помощью априорных представлений и потому несвободному от связанных значений» [5, 76].

Новыми формами взаимодействия коммуникатора и аудитории являются те, что относятся к интерактивной сфере участия читателей, слушателей, зрителей в создании журналистских проектов. В меньшей степени влиянию подобного интерактивного вектора подвержены печатные издания, в большей – сетевые СМИ. В качестве примеров назовем «горячие телефоны» в газетах, вопросы и голосование в прямом радио- и телевидении, конференции в режиме реального времени в Интернете. В настоящее время разнообразные интерактивные сервисы уже не первый год развиваются и в русскоязычном сегменте Интернета. Перечислим лишь некоторые формы взаимодействия пользователей Всемирной сети и журналистов. Во-первых, электронная почта, на возможностях которой основаны телеконференции и почтовые рассылки; во-вторых, форумы и гостевые книги для посетителей интернет-узлов; в-третьих, участие в разнообразных опросах и голосованиях; в-четвертых, читательские комментарии (в том числе и в форме собственных законченных статей) к публикациям.

Если говорить о влиянии интерактивности на творческий процесс, то первоначальная статья постепенно обретает новую жизнь именно благодаря читательским откликам, которые могут присутствовать в качестве отыскочного материала или располагаться рядом в виде отдельного блока. «От того, насколько журналист умеет использовать собственные публикации, возвращаясь к их сетевым отражениям, зависят, в сущности, его успех и признание. Дело

здесь не в интересе или в отсутствии такового, а в способности автора настроиться на волну сетевой аудитории и вступить с ней в диалог...» [9, 273]. Основываясь на откликах или на новой информации, журналист может дорабатывать свой, уже опубликованный, текст, реализуя тем самым разнообразные возможности длящегося во времени диалога. По мнению Бахтина, «слуша́нность как таковая является уже диалогическим отношением. Слово хочет быть услышанным, понятым, отвеченным и снова отвечать на ответ, и так *ad infinitum*. Оно вступает в диалог, который не имеет *смылового конца...*» [2, 306].

Важный момент развития современной журналистики заключается в ее расслоении на различные типы, между которыми также возможен, если подходить по-бахтински, многообразный диалог: «Одна рассуждает вместе с аудиторией, другая манипулирует ее сознанием, третья — информирует и дезинформирует, четвертая — развлекает, пятая — пробуждает в обществе низменные инстинкты... Инерция восприятия разных журналистик в качестве единого субъекта, конечно, обусловлена их сходством. И все же раздельность их функционирования сегодня уже более заметна, чем сходство. Однако поэтому и надо ставить вопрос: в чем они могут сойтись?» [17, 119–120].

Данная точка зрения может показаться чересчур оригинальной, но это только на первый взгляд. Современная российская журналистика, действительно, демонстрирует чудеса перевоплощения и радикального разделения на такие подотрасли некогда общей информационной деятельности, которые не то что «сойтись», но даже и наладить мало-мальски конструктивный диалог уже, кажется, не в состоянии. Однако это только так кажется, что диалог между разными «журналистиками» невозможен в принципе, поскольку «два сопоставленных чужих высказывания, не знающих ничего друг о друге, если хоть краешком касаются одной и той же темы (мысли), неизбежно вступают друг с другом в диалогические отношения» [2, 293].

Один из практически важных вопросов связан с эффективным употреблением диалогических возможностей журналистики в сфере пропаганды или пиара («паблик рилейшнз»). Прежде всего, заметим, что назначение любого пиаровского текста состоит в трансляции положительного образа в сознание максимально большой аудитории. Соответственно можно провести аналогию между сегодняшним пиар-текстом и пропагандистским текстом советской эпохи с той лишь разницей, что в тот период его основой являлась хорошо отлаженная государственная машина информационного воздействия на граждан. Некоторые исследователи склонны даже описывать сегодняшнюю ситуацию как формирующую новое явление — пиаристику. Это обусловлено рядом факторов: «Недавние исследования свидетельствуют, что около 80 процентов публикаций в прессе так или иначе связаны с исполнением заказа клиентов — как рекламных служб, так и разнообразных пиар-структур. Появились периодические издания и вещательные программы, полностью состоящие из пиар-материалов, предлагаемых аудитории в качестве журналистских произведений. Это является нарушением прав читателей, телезрителей, радиослушателей как потребителей медийной информации, поскольку в данном случае под видом

одного информационного продукта им в действительности предлагается совершенно другой» [10, 93].

Однако если мы обратимся к диалогической концепции Бахтина, то можем прийти к интересным выводам. Прежде всего, следует отметить явный монологизм всякого пропагандистского произведения, т. е. нацеленность на решение вполне конкретных социально-политических или коммерческих задач путем изменения общественного мнения в пользу заказчиков такого произведения. Об этом свидетельствуют, в частности, перечень основных разновидностей текста в сфере «паблик рилейшнз»: пресс-релиз, приглашение для СМИ, заявление для СМИ, обращение первого лица, буклете и проспект, информационный пакет, корпоративное издание. Благодаря этому реализуются важнейшие задачи различных пиар-кампаний, когда «факты отбираются, компонуются и преподносятся так, чтобы у аудитории создалось правильное, необходимое субъекту PR впечатление о действительности (компании, фирме, организации, личности и т. д.). Другими словами, PR-текст организует представление о действительности необходимым для субъекта PR образом, скрыто изменяя установки, убеждения, взгляды аудитории, т. е. по сути манипулируя сознанием адресата» [13].

Таким образом, принцип диалогического письма никак не согласуется с задачами, стоящими перед создателями пропагандистских текстов. Однако это лишь поверхностный срез проблемы. И ярче всего такой упрощенный взгляд опровергается при более углубленном изучении текстов, размещенных в Интернете. Хотя, заметим, определенные аспекты анализируемого далее механизма трансформации изначального контента наблюдаются в прессе и на телевидении.

Даже если мы отвлечемся от такого специфически сетевого явления, как гипертекст (текст со ссылками на другие тексты или ресурсы в Интернете), все же очевидным представляется межкультурный аспект всякого пропагандистского произведения во Всемирной паутине. Благодаря таким свойствам Интернета, как глобальность коммуникаций, распределенная интегрированность ресурсов, интерактивность получения информации, пользователь находится под мощнейшим воздействием разных культурных сред. А это важно, исходя из бахтинского представления о диалоге культур: «Чужая культура только в глазах другой культуры раскрывает себя полнее и глубже (но не во всей полноте, потому что придут и другие культуры, которые увидят и поймут еще больше). Один смысл раскрывает свои глубины, встретившись и соприкоснувшись с другим, чужим смыслом: между ними начинается как бы диалог, который преодолевает замкнутость и односторонность этих смыслов, этих культур» [2, 334–335].

Получая в качестве исходной информации пиар-текст, даже рядовой пользователь (отчасти в силу психологических особенностей сетевого поведения, отчасти из любопытства), который не ставит перед собой цель анализировать достоверность изложенных сведений, часто обращается к другим ресурсам, связанным с заявленной темой. Об этом, в частности, свидетельствует такой показатель, как глубина просмотра страниц [21]. Примечательно, что на одной веб-странице с исходным текстом могут быть размещены и дополнительные материалы на данную тему. Кроме того, хорошим тоном в Глобальной сети считается включение в состав любого текста гиперссылок на ресурсы, с помощью кото-

рых читатель может самостоятельно «развернуть» первоначальную информацию.

Получается, что интернет-пользователь является не пассивным потребителем информации, а включается в диалог с ее автором. Своими поисковыми действиями читатель делает исходную информацию более объемной, наполненной новыми смыслами и возможностями, т. е. многоголосой. Первоначальный пропагандистский текст с его казалось незыблемой установкой на монологизм, превращается в поистине диалогическое произведение. «Можно говорить о диалогичности авторского монолога, закодированной в каждом отрывке текста как единице высказывания. Эта диалогичность, сознательно или неосознанно, привносится автором в ПР-текст любого жанра» [20, 108].

Добавим, что сегодня гипертекстовая форма сетевых СМИ дополняется мультимедийной составляющей, поэтому говорят о гипермедийной контенте. И здесь наблюдается уже не только диалог содержательный, но и взаимодействие разных сред представления информации — текста, фотографии, звука, видеороликов. Гипермедийные технологии расширяют диалогическое поле и, таким образом, нацелены против производителей и распространителей урезанных новостей, односторонних комментариев, клеветнических домыслов. Сегодня вдумчивый потребитель информации волен сам создавать диалогический текст, выбирая тот контент, который поможет разобраться в событиях. А задача журналиста состоит не только в распространении собственных материалов, но и в формировании диалогически ориентированной информационной культуры, внутри которой высоко котируется инициативность аудитории, обусловленная широким кругом интересов и деятельной гражданской позицией.

Здесь вновь вернемся к утверждению о потенциале обновления и развития, который, по Бахтину, несет в себе всякий диалогический текст. Технологики модифицированный благодаря возможностям Интернета журналистский текст нацеливает автора на точное прогнозирование действий читателя, но также и ориентирует читателя на поиск дополнительной информации. В целом же, благодаря противоборству автора и читателя, стимулируемому мультимедийными технологиями, создается творчески продуктивная ситуация. Ее итогом, например, является то, что «выстраивается новая жанрово-стилистическая система текстов PR, чье появление вызвано общественной необходимостью развития межкорпоративных отношений в самых разных сферах человеческой деятельности» [16, 139]. Важными составляющими описанного процесса становятся развитие технологий представления текстов в Глобальной сети и трансформация традиционных читательских подходов к использованию информации, а также способов ее получения.

Завершая разговор о применении диалогической концепции Бахтина к исследованиям в области современной журналистики, обобщим намеченные пути дальнейших исследований. Во-первых, плодотворным представляется исследование диалогических жанров журналистики с позиции бахтинской концепции для выявления их творческого потенциала и механизмов его реализации. Во-вторых, ясно просматриваются перспективы анализа с позиций Бахтина взаимодействия авторов и потребителей информации современных СМИ, в первую

очередь онлайновых. В-третьих, интересные результаты, если следовать Бахтину, могут быть получены при рассмотрении взаимоотношений разных типов сегодняшней журналистской деятельности. В-четвертых, немаловажную роль представления Бахтина о диалоге играют в интерпретации пропагандистских текстов, помогая поиску более совершенных форм и приемов донесения авторских идей до читателя.

- 
1. Афонина А. В. О телевидении в контексте толерантности // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. Екатеринбург, 2002. С. 61–66.
  2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
  3. Дускаева Л. Р. Диалогичность речевых жанров в газетной публицистике // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. С. 75–77.
  4. Дускаева Л. Р. Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров. Пермь, 2004.
  5. Загидуллина М. В. Качественное исследование как базовый метод в выявлении информационных потребностей населения // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2011. № 2 (8). С. 74–77.
  6. Зиновьев И. В. Обновление российской журналистики на основе «евразийского» диалога // Факс. 2008. № 1–2. С. 61–64.
  7. Зиновьев И. В. Полифонический подход к толерантности и журналистика в России // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер.: Проблемы образования, науки и культуры; вып. 19. 2006. № 40. С. 61–66.
  8. Зиновьев И. В. Русская философия диалога: истоки, ориентации, потенциал. Екатеринбург, 2008.
  9. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М., 2005.
  10. Короченский А. П. Пиарналистика как гибрид журналистики и пиара: аномалия или новый профессиональный норматив? // Коммуникация в современном мире. Воронеж, 2004. С. 93.
  11. Межкультурная дистанция и межкультурный диалог в истории и современности. Самара, 2008.
  12. Олешко В. Ф. Общественный диалог в СМИ как демократическая ценность (к методологии исследования проблемы) // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. С. 127–148.
  13. Панченко Н. В. Риторическая природа PR-текста [Электронный ресурс]. URL: [http://www.auditorium.ru/aud/v/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&CounterThesis=1&id\\_thesis=3144](http://www.auditorium.ru/aud/v/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&CounterThesis=1&id_thesis=3144).
  14. Почекцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва ; Киев, 2001.
  15. Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. Екатеринбург, 2002.
  16. Сандлер Л. Л. Дискурсивные признаки пресс-релиза // Коммуникация в современном мире. С. 137–139.
  17. Сидоров В. А. Проблемы теории журналистики: в поисках новой парадигмы // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. С. 118–126.
  18. Славянский мир в третьем тысячелетии: Межкультурный и межконфессиональный диалог славянских народов. М., 2011.
  19. Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками ксенофобии в обществе риска. М., 2011.
  20. Хочунская Л. В., Чуднова Т. А. Диалогизация PR-текста как средство оптимизации восприятия // Коммуникация в современном мире. С. 107–108.

21. GoStats: Глубина просмотра [Электронный ресурс]. URL: <http://gostats.ru/depth.xml?id=724607&date=20120410>.

*Статья поступила в редакцию 19.04.2012 г.*

УДК 070.13 + 316.77 + 004.77

**В. Ф. Олешко**

## **МОБИЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГРАЖДАНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Статья посвящена актуальным проблемам взаимовлияния традиционной и так называемой гражданской журналистики. Показано, что в условиях глобализации и перманентного развития технологий передачи информации, конвергентных возможностей массмедиа происходит также расширение полисубъектности коммуникативной среды, изменение содержания и направленности коммуникативного взаимодействия. Активное развитие данного вида коммуникации предопределило и перманентно растущее влияние Интернета не только как источника новостей, но и способа выразить свое мнение по поводу волнующих граждан событий.

**Ключевые слова:** гражданская журналистика, коммуникация, блог, моблогинг, реост, открытые новости, контент, эффективность.

Если перефразировать известную некогда песню, то у начавшейся в нулевые годы бурной технологической революции в сфере массовой коммуникации есть начало, но вряд ли можно прогнозировать некое окончание периода перманентного совершенствования способов передачи информации. На наш взгляд, можно выделить и попытаться описать некие фазы этого процесса. В рамках одной из них, к примеру, фиксируется возвращение на новом витке диалектического развития к тому, что в старых учебниках называлось системной организационно-массовой работой, побуждающей к тем или иным действиям. Ведь наши сограждане, вышедшие митинговать на площади едва ли не всех крупных городов России в предвыборный период 2011–2012 гг. или участвовавшие в автопробегах по улицам, пикетах, акциях, общественных слушаниях и т. д. и т. п., приняли это решение не спонтанно. В большинстве случаев – это было выражением гражданской позиции, реальным проявлением демократизации. И это, безусловно, характеризует процесс формирования и развития истинно правового государства, открытого общества в целом.

Но «движение масс» выяснило и другую проблему. Ведь нельзя отрицать и тот факт, что всесвязанность и коммуникативная взаимозависимость, обусловленная мобильной связью и Интернетом, позволяет сегодня практически в режиме реального времени получать огромные объемы информации, которые

---

ОЛЕШКО Владимир Федорович – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: [Vladimir.Oleshko@usu.ru](mailto:Vladimir.Oleshko@usu.ru)).

не всегда возможно системно «переваривать». Это, в свою очередь, в определенных случаях делает человека весьма беззащитным перед воздействием технологий массовой манипуляции и актуализирует проблему так называемой информационно-психологической репрессивности. Возникающий при этом «эффект влияния толпы» или «группового давления» побуждает индивида к активным действиям, не всегда четко осознаваемым. Все это дает возможность довольно легко развернуть массы в сторону асоциальности, диапазон которой достаточно широк: от обычного бытового хулиганства — до антиконституционных действий в поддержку предложенной кем-то альтернативной псевдоидеологической платформы. Кроме того, любые системно транслирующиеся внешние воздействия манипулятивного характера, как известно, в конечном итоге могут приводить также к кризису индивидуальной субъектности личности. В этом случае реальная жизнь подменяется или довольно размытыми идеалами абстрактной будущности, или сугубо экзистенциальными характеристиками повседневного бытия. Более того, экзистенциальные терапевты отмечают, что «особенно глубокие психологические переживания “расшатывают” позиции человека по отношению ко времени. Например, сильная тревога и депрессия уничтожают время, делая невозможным будущее» [3, 159].

В ходе манипулирования при посредстве новейших массмедиийных технологий чаще всего используются *стереотипы мышления*, внедряемые в массовое сознание при помощи различного рода способов и приемов. К ним относится, к примеру, конструирование *информационных мифов*. Их проще всего определить как наделение тех или иных политических процессов, жизненных ситуаций, а также персон, представленных в массмедиа, мифологическими, а чаще псевдомифологическими чертами — образно говоря, идеализация или дьяволизация тех или иных фактов, и даже реальности в целом. Все это усиливает влияние на область бессознательного и в результате — на массовое сознание и поведение представителей конкретного социума, а чаще — того или иного человека. Использование стереотипов и мифов в интересах информационно-психологического воздействия является одним из важных аспектов, имеющих отношение к проблеме конструирования социальной реальности. А. В. Шилова, проведя новейшие исследования по данной теме, сделала вывод, что социальные мифы — это преувеличенные или искаженные представления о действительности, внедряемые в общественное сознание с целью формирования нужных реакций [6].

Важно отметить и тот факт, что в условиях глобализации и перманентного развития технологий передачи информации, в целом конвергентных возможностей массмедиа происходит также расширение полисубъектности коммуникативной среды, изменение содержания и направленности коммуникативного взаимодействия. В результате того, что современный человек, включенный в массмедиийную среду, постоянно находится под информационным давлением, широкое влияние на него имеют не только реальные, но и симулятивные образы (так называемые *симулякры*). Последние, в силу обыденности, а зачастую и непривлекательности повседневной бытовой реальности, окружающей человека, усиливают процессы отторжения этой реальности, ухода во внешне привле-

кательные, но обладающие духовной неподлинностью «миры», возникшие из симулякров. Термин «симулякр», как известно, был введен Ж. Бодрийяром и означает продукт/продукты процесса симуляции, изображение без оригинала, репрезентацию чего-то, что на самом деле не существует. Симуляция же в целом, как уточняет Д. В. Иванов, представляет собой «виртуальный аналог реального социального взаимодействия» [2, 24]. И проблема в том, что при определенных условиях развития человека или даже социальной группы симулякры становятся значимее, чем традиционные ментальные (читай – нравственные) ориентиры общества и социальная реальность в целом.

При этом распространение симулятивных образов, по мнению исследователей [1], имеет ряд возможных последствий:

- эскапизм (стремление человека уйти от действительности в вымышленный мир иллюзий);
- шизофренизацию (расщепление сознания субъекта, когда он сращивается с симулякром, что приводит к появлению шизофренической личности, которой свойствен эффект двойного присутствия);
- консьюмеризм (его сутью является идея о возможности достижения социального превосходства, счастья через потребление, зависимость от вещей, которые становятся символом причастности к некой «желанной» для субъекта общественной группе).

Не случаен и тот факт, что в современном интернет-сленге относительно недавно появился термин «троллинг» (от англ. *trolling* – ловля рыбы на блесну). Под ним понимается постинг заведомо провокационных сообщений с целью вызывания активной реакции какой-то группы пользователей или сетевой аудитории в целом. Примечательно, что некоторые западные аналитики даже предположили, что происхождение термина обусловлено словом *troll* (*trawl*) – травля. В широкий оборот, прежде всего, конечно, в Рунете, вошло уже и сленговое именование «тролль» – автор провокационного сообщения (еще недавно так называли и само подобное сообщение). Причем подобного рода информационная деятельность может быть эффективной не только при прямом влиянии на сознание и поступки пользователей Глобальной сети. Опосредованно она зачастую находит отражение в сообщениях традиционных СМИ, дискуссиях, распространяется при посредстве неформальных средств коммуникации – слухов, сплетен и т. п.

Вместе с тем, как нам кажется, можно выдвинуть гипотезу: события новейшего времени позволяют говорить о том, что одним из возможных последствий распространения различного рода симулятивных образов при посредстве массмедиа в некоторых случаях может также являться неосознанное (нелогичное, ситуативное, стихийное, «зеркальное» и т. п.) протестное поведение представителей различных социумов. Наиболее распространенной теорией, объясняющей формирование протестного потенциала как феномена, считается теория относительной *депривации*. Представители этой теории, в частности американский социолог Р. Мертон, исходят из того, что в основе формирования протестного потенциала лежит депривация, т. е. «субъективное чувство недовольства по отношению к своему настоящему» [7]. Основными причинами

такой неудовлетворенности, в нашем случае — основанной на определенном объеме массмедиийной информации, является то, что субъект не обладает каким-либо объектом (положением в обществе), стремится к его обладанию (или изменению статуса), при этом сравнивает себя с другими субъектами, обладающими этим объектом/статусом, и рассматривает возможность обладания им как вполне реальную. Уточним, мы не имеем в виду осознанное протестное поведение личности или группы, обусловленное идеологическими или политическими установками. Речь идет именно о ситуативных компонентах поведения, причем не имеющего объективной основы — характеристики бытования конкретного человека, а также уровня развития его профессиональных и личностных качеств, предлагающих сознательную депривацию. Поскольку для возникновения депривации, основанной на внедренных массмедиа симуляграфах, важен не столько сам факт необладания чем-либо, сколько внелогичное желание обладать объектом, а также надежда на возможность изменения положения с помощью мгновенного изменения социального и политического порядка, то такое поведение может приводить к асоциальным поступкам и нежелательным для политической культуры общества последствиям. Достаточно вспомнить так называемые «водочные бунты» в постперестроенном Свердловске или стихийные выступления молодежи на Манежной площади в Москве в новейший период российской истории. Еще более яркий пример — позорные акты вандализма в отношении здания театра и сайта знаменитого драматурга Николая Коляды, принявшего в январе 2012 г. решение вступить в предвыборный штаб кандидата в Президенты России Владимира Путина. При этом большое значение всегда имеет тот факт, что депривация возникает в социальной среде, системно потребляющей определенного рода массовую информацию или наладившую каналы постоянной межличностной коммуникации. Индивид при этом, оценивая свое положение и формируя запросы, имеет возможность сравнивать себя не только с окружающими его «своими» и лидерами данной социальной группы, но и с «чужими», образ жизни и поступки которых представлены, как правило, с помощью методов откровенно манипулятивного характера.

Возникает естественный вопрос: есть ли вообще возможность разрешать подобного рода информационные противоречия и каким образом?

Одним из важных факторов развития конвентивных (договорных) и коммуникационных (диалоговых) стратегий в условиях перманентного развития и совершенствования технологий трансляции различных видов информации стала сегодня, на наш взгляд, *гражданская журналистика* (*civic journalism*). Под гражданской журналистикой, по мнению экспертов, понимается «направление профессиональной журналистики, которое ставит целью развитие общественных инициатив и содействие росту гражданского потенциала личности, способствует формированию местного сообщества на демократических принципах, создавая для граждан возможности решать местные проблемы в рамках медиийных проектов» [4, 3].

СМИ при этом, с одной стороны, являются информационным ресурсом для развития различного рода инициатив активных представителей тех или иных социумов, а с другой стороны — включают самую широкую аудиторию в про-

цесс совместного формирования контента и в то же время решают задачи продвижения и саморекламы печатного издания, телеканала или какого-либо другого массмедиа.

Исследователи также отмечают определенного рода вынужденность широкого развития гражданской журналистики в мире на принципах реального *сопричастия* как отдельных граждан, так и социальных институтов, поскольку «рекламная модель» финансирования СМИ не оставляет ей шансов на развитие. Адекватный ответ на вопрос об альтернативных способах финансирования пока не получен. Поиски идут в области обоснования перспективности некоммерческой журналистики и более стабильного финансирования за счет государства, фондов, пожертвований граждан, использования принципов кооператива и франшизы, применяющихся в других отраслях экономики [5]. Следовательно, гражданская журналистика в определенной мере может рассматриваться также как противопоставление тотальной рекламной модели финансирования медиасистемы в целом, поскольку ее крах в ближайшее десятилетие предсказывают многие из западных экономистов. Один из них — предсказатель мирового кризиса 2008 г., в прошлом ведущий аналитик одной из самых влиятельных в мире финансовых компаний Goldman Sachs, Чарльз Неннер (Charles Nenner).

Активное развитие данного вида коммуникации предопределило, безусловно, и перманентно растущее влияние Интернета не только как источника новостей, но и способа выразить свое мнение по поводу волнующих событий. Так, по данным социологов из Левада-центра [8], четверть опрошенных используют Сеть для того, чтобы следить за последними новостями. Рекордный прирост — на целых 4 % — числа таких респондентов зафиксирован в феврале 2012 г. (всплеск политической активности граждан; обсуждение того, что происходило на площадях многих городов России). А показатель «год к году» нынче вовсе зашкаливает — более 100 % прироста. Причем, по мнению социологов, все это ими давно прогнозировалось именно на основании того факта, что желание «виртуально выговориться» предполагало получение информации из первых рук, а не только опосредованно.

Информационное поле России в целом и отдельных регионов в частности изменилось буквально за последние два-три года. И этот процесс развивался параллельно с совершенствованием технологий. Человек, находившийся в центре неординарного события и запечатлевший его на мобильный телефон или другое мобильное устройство, естественно, хотел поделиться этим с близкими людьми. Но когда процесс передачи подобной визуализированной информации на любые расстояния стал возможен, образно выражаясь, «одним щелчком», возникло желание распространить ее еще дальше. Журналисты и СМИ вовремя уловили эту тенденцию, и акции типа «Поделись новостью» стали привлекать многих обычных граждан. И не только деньгами. Ряд СМИ (особенно грешат этим местные телевизионные каналы), что называется «с ходу», ввели «услугу»: сообщи новость, которая выйдет в эфир, и получишь денежное вознаграждение. Наш экспресс-опрос телевизионных менеджеров показал, что наиболее интересные сообщения и видеоматериалы приходят как раз

от «спонтанных» или «ситуативных» соавторов. Очень редко один и тот же непрофессионал дважды может сообщить телеканалу интересный факт.

И еще. В зарубежных странах даже появился специальный термин — «моблогинг», отражающий такое модное явление, как ведение блога с мобильного телефона. «Снятый телефоном материал посыпается в виде mms или электронного письма на определенный e-mail адрес. С этого адреса корреспонденцию забирает скрипт блога, перерабатывает ее и публикует в интернет-дневнике. Постинг в моблоге — чаще всего фотография с комментарием; реже это видео или звук, записанные мобильным телефоном. Большинство моблогов рассказывает о жизни своего владельца, о его перемещениях в пространстве. Однако моблогинг там также нередко используют как средство гражданской журналистики — особенно когда нужна оперативность в доставке изображений» [9].

Подчеркнем и социальный аспект моблогинга. Именно он неоднократно становился основным источником информации во время каких-то неординарных событий. Так, во время большого южноазиатского цунами в 2004 г., землетрясения в Японии в 2011 г. моблоги очевидцев стали единственным источником фотографий и видео с мест стихийных бедствий: Интернет, разумеется, в тех ситуациях не функционировал. Фотография станции лондонского метро после взрыва, заполненной лежащими телами, была опубликована с мобильного телефона на сайте Moblog.co.uk через несколько минут после того, как случилось это трагическое событие, и обошла СМИ всего мира. Фото, присылаемые с мобильных телефонов на электронную почту Би-би-си позднее, также немедленно размещались на сайте телекомпании. А в Сингапуре с учетом общественного мнения и по заказу властей был даже открыт «Моблог Национального дня», куда каждый гражданин страны мог присыпать снятые мобильным телефоном фото с празднования Национального дня страны.

И еще одно наблюдение. Нередко «взорвавшие» Сеть сообщения были просто «выставлены» кем-то в Интернете, хотя зачастую намного опережали по оперативности традиционные СМИ. Вместе с тем возникновение большого количества мобильных гражданских репортеров сделало предельно актуальной проблему верификации полученной таким образом информации. К примеру, было немало случаев, когда журналисты федеральных СМИ, в отличие от мобильных репортеров-сетевиков, не имели доступа к месту события (можно вспомнить аварию на Саяно-Шушенской ГРЭС). И акт гражданского мужества человека, не побоявшегося вынести корпоративный «сор из избы», помог практически в режиме реального времени осознать масштабы трагедии, произшедшей в Сибири. Но наряду с этим и большим числом других подобных фактов есть и виртуальные истории иного рода. Ведь зачастую анонимность источников информации делает возможным (даже гипотетически) подлог, откровенное вранье или приукрашивание, представление просто непроверенной информации и т. п. А технологическая специфика коммуникации, например, в социальных сетях дает возможность свободного распространения информации по цепочке пользователей — так называемый *«перепост» (repost, retweet)* сообщения, копирование его с минимальными комментариями или вообще без таких. В исследованиях теоретиков журналистики как данный аспект, так и ано-

нимность пока освещены недостаточно, что, на наш взгляд, предполагает разработку своего рода «техники информационной безопасности» при работе с информацией мобильных (гражданских) репортеров.

Вместе с тем есть исследователи, которые убеждены, что отсутствие вовлеченности гражданских журналистов в профессиональную сферу, невладение профессиональными навыками не только не вредит эффективной коммуникации, но и обогащает ее, делает более содержательной и креативной. Происходит это, как они отмечают, в первую очередь за счет ломки профессиональных стереотипов в подаче информации и за счет прямой включенности в состав конкретной аудиторной группы или участников актуального события. Отмечается также, что этот эффект очень важен в связи с возникающим в конкретных ситуациях кризисом доверия к информации, транслирующейся традиционными СМИ. Так, Ш. Коронел говорит о *препрофессионализме* и постпрофессионализме в современной журналистике, причем во втором случае имеется в виду «сознательный отказ от профессиональных стандартов в работе» [11, 9]. В целом термин «открытые новости» («open news») стал сегодня активно употребляться в зарубежных исследованиях в связи с широким распространением в пространстве массмедиа следующей тенденции: любая уже существующая новость в рамках гражданской журналистики доступна для реактуализации и обсуждения любым коммуникатором или даже случайным потребителем данного сообщения.

Имеющиеся на сегодняшний день технологии, которые доступны практически каждому активному и заинтересованному гражданину как в плане относительной дешевизны, так и легкости в оперировании, можно разделить, по мнению экспертов [10], на несколько типов:

1. *Блоггинг с места события*. Хотя данный способ чисто технически не так просто осуществить — вряд ли найдется современный Юлий Цезарь, умеющий одновременно видеть, слышать, «набивать», отправлять, отвечать на вопросы и т. д., — и поэтому он мало практикуется, чаще всего записи в блогах и комментарии появляются уже после тех или иных событий.

2. *Использование микроблоговых платформ* (наиболее популярным в этом плане является «Твиттер»). Особо ценными мобильными репортерами становятся обладатели смартфонов, подключенных к мобильному Интернету, поскольку они имеют возможность не только оперативно делать записи у себя в микроблоге, но и отсылать фотографии с места событий и даже реальное видео. Мне, к примеру, приходилось видеть переданный на один из телеканалов подобным образом репортаж о приезде знаменитого политика на вечер встречи выпускников сельской школы.

3. *Записи в социальных сетях*. На сегодняшний день большинство социальных сетей, таких как «Одноклассники», «Вконтакте» и др., имеют удобные мобильные версии либо специальные программы для смартфонов. Есть также возможность делать записи посредством отправки смс-сообщений. Причем и здесь главная опасность заключается в потенциальной возможности наличия «подставного автора», по тем или иным причинам создающего выдуманный или сфальсифицированный текст.

4. *Осуществление прямой видеотрансляции с места событий посредством смартфонов.* Этот способ был неоднократно использован различными телеканалами во время протестных митингов на Болотной площади в Москве и при незаконном задержании некоторых граждан. Главная проблема в данном случае — слишком большие финансовые расходы для рядового гражданина, поскольку такая услуга и у нас в стране, и за рубежом пока слишком дорога.

На наш взгляд, можно выделить три направления использования гражданской журналистики. Первое — это прямое использование такого рода информации традиционными СМИ. Можно выдвинуть гипотезу, что в контенте федеральных СМИ такая информация занимает относительно небольшой процент (1–3 %), причем важнейшим фактором в этом случае является типология массмедиа. В региональных и местных СМИ подобная информация предположительно составляет 3–5 %. Поскольку мы проводили лишь выборочный мониторинг, представляем эти данные лишь как гипотетические.

Второе направление — реакция представителей государственных органов, чиновников, общественных деятелей на сообщения и информацию гражданских журналистов (репортеров) и блогеров. Имя Алексея Навального, инициировавшего создание и активное продвижение сайта «РосПил» ([rosfil.info](http://rosfil.info)), стало нарицательным и символизирует борьбу с коррупцией в процессе госзакупок. Но как-то в тени остаются активисты-добровольцы, отслеживающие эти многочисленные госзакупки через сайт [zakupki.gov.ru](http://zakupki.gov.ru), отправляющие информацию о подозрительных конкурсах экспертам, делающие весь этот процесс по-настоящему открытым не только для прокуратуры, но и для рядовых посетителей Сети, т. е. формирующие при посредстве массмедиа общественное мнение.

Третье направление — реальные изменения в действительности, произошедшие после публикаций гражданских журналистов. Если уйти от политики, в частности, от утверждения даже на самом высоком уровне, что после митингов на Болотной, активное участие в подготовке и освещении которых принимали гражданские журналисты, «мы проснулись в другой стране», то можно привести множество примеров подобной деятельности в других сферах. Когда известный детский поэт Агния Барто, которая в 60–70-е гг. вела на радиостанции «Маяк» еженедельную(!) программу «Ищу человека», сказала, что мечтает о дне, когда отпадет надобность в ее программе. Увы, сайт Дмитрия Второва и Гаянэ Степанян «Поиск пропавших детей» ([poiskdetei.ru](http://poiskdetei.ru)) и содружество волонтеров и гражданских журналистов, проводящих настоящие расследования, постоянно ведут активную работу. Точно так же, как интернет-фонд «Помоги.орг» Антона Носика и Сарры Нежельской ([romogi.org](http://romogi.org)), не только занимающийся сбором и распределением пожертвований на социально-медицинские нужды, но и отслеживающий, скажем так, справедливость данного рода деятельности в нашей территориально необъятной стране. И подобных направлений, где ценится профессионализм, настойчивость, креативность «журналистов-непрофессионалов», — не счесть.

Таким образом, говоря о мобильных возможностях гражданской журналистики, можно отметить, что главными факторами ее эффективности являются

неравнодушие и включенность коммуникатора в актуальные для многих людей события, его уважительное отношение к реальной и потенциальной аудитории, а также, несомненно, техническая специфика коммуникации и подготовленность мобильного репортера к этому процессу. Поэтому в определенных случаях информационные продукты гражданской журналистики могут вступать в конкуренцию с контентом, транслируемым традиционными СМИ. Хотя преувеличивать эти возможности, особенно с точки зрения глубины и всесторонности анализа, использования выразительных средств и языкового мастерства субъектов информационной деятельности, конечно же, не следует.

- 
1. Елисеева Т. В. Симулятивные образы массового сознания современного российского общества : автореф. дис. .... канд. филос. наук. М., 2010.
  2. Иванов Д. В. Виртуализация общества. СПб., 2000.
  3. Мэй Р. Открытие Бытия. М., 2004.
  4. Хлебникова Н. В. Общественные инициативы в медиапространстве гражданской журналистики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.
  5. Хлебникова Н. В. Гражданская журналистика: к истории становления понятия // Медиаскоп. 2011. № 3.
  6. Шилова А. В. Манипулирование сознанием и его специфика в современном обществе : автореф. дис. .... канд. филос. наук. Ставрополь, 2007.
  7. [Электронный ресурс]. URL: [http://ukrpolitolog.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5919:3-&catid=103:2011-06-27-13-24-23&Itemid=110](http://ukrpolitolog.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=5919:3-&catid=103:2011-06-27-13-24-23&Itemid=110) (дата обращения: 8.04.2012 г.).
  8. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gazeta.ru/politics/2012/04/02\\_kz\\_4117837.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/2012/04/02_kz_4117837.shtml) (дата обращения: 3.04.2012 г.).
  9. [Электронный ресурс]. URL: <http://maidan.org.ua/static/mai/1163572721.html> (дата обращения: 19.04.2012 г.).
  10. [Электронный ресурс]. URL: <http://grazhrep.livejournal.com/1351725.html> (дата обращения: 1.04.2012 г.).
  11. Coronel Sh. S. The Media as Watchdog. Harvard-World Bank Workshop, 2009.

*Статья поступила в редакцию 05.05.2012 г.*

УДК 070.3 + 316.77 + 81'42

**Э. В. Булатова**

## ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ КОРПОРАТИВНОЙ ПРЕССЫ

В статье определена специфика корпоративной прессы как полидискурсивной формации, описаны некоторые особенности текстов корпоративной прессы: инициированность, оптимизированность и селективность, — позволяющие рассматривать основной корпус таких текстов как инструмент PR-коммуникаций.

**Ключевые слова:** корпоративная пресса, дискурсивный анализ, PR-коммуникации.

Корпоративную прессу (далее — КП) определяют как «периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, интернет-сайт, интранет-портал или иная форма периодического распространения информации, служащая интересам определенной корпорации, созданная по ее инициативе и предназначеннная, как правило, для людей, имеющих определенное отношение к данной корпорации» [5, 6]. Нацеленность на трансляцию информации, отражающей интересы некоторой организации/группы людей, определяет специфику корпоративных медиатекстов: их ориентацию на PR-технологии. Мы разделяем мнение большинства исследователей [1, 2, 5], что корпоративная пресса — инструмент PR, однако добавим — и рекламы, так как КП неоднородна и способна реализовать разные цели адресанта. Вместе с тем журналистской информации в КП тоже находится место. Соответственно, КП является полидискурсивной формацией и возникает необходимость разграничения коммуникативных форм (журналистика, реклама, PR) в границах корпоративного издания.

Признаками журналистской информации считаются объективность (опора на факты, разделение факта и мнения), актуальность и релевантность (соответствие информационным запросам аудитории — объективное отражение социально значимых событий); признаками рекламной информации — содержательные и формальные сигналы «рекламность». К содержательным относятся тема (предмет рекламы), идея (основная мысль) рекламного произведения, аргументация в пользу покупки, поданные в соответствии с тремя максимами рекламного текста: максимой повеления, максимой навязчивости и максимой неповторимой привлекательности. Формальными сигналами рекламности могут выступать: 1) модульная форма подачи информации (рекламный модуль); 2) яркость, броскость; 3) особый характер подачи материала: креолизация текста, использование иконических, аудиальных знаков; 4) использование особого шрифта; 5) специальные указания: «на правах рекламы» и т. д.

---

БУЛАТОВА Элина Валерьевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: elina2824@yandex.ru).

PR-информация, согласно А. Д. Кривоносову, есть тип социальной информации, которая производится в процессе деятельности социального субъекта (фирмы, организации, персоны) — базисного субъекта PR, распространяется по его же инициативе, отражает в оптимизированном виде значимые факты деятельности данного субъекта, предназначена для определенного сегмента общественности и служит целям формирования эффективной коммуникационной среды данного социального субъекта [2, 35]. Вместе с тем заслуживает внимания мнение В. П. Шейнова, указывающего, что подавляющее большинство определений PR «носит излишне общий характер, где под благозвучными понятиями скрываются достаточно жесткие функциональные цели современного PR», которые «так или иначе сводятся к манипуляции мнением других групп, учреждений или масс населения, о чем намеренно умалчивают» [6, 7].

В качестве основных характеристик PR-информации называют инициированность, оптимизированность и селективность [2, 33]. Заметим, что данные признаки характерны и для рекламной информации. Разницу между отмеченными коммуникативными формами исследователи видят в конечных целях создания текстов: в увеличении сбыта товаров или услуг (реклама, призывающая к действию) или в создании позитивного имиджа (PR-тексты, не рассчитанные на немедленную реакцию в виде действия). Заметим, что данный параметр сопоставления не является исчерпывающим: реклама также заинтересована в выработке привлекательного имиджа марки (выделяют имиджевую рекламу), а с другой стороны, такая ее разновидность, как политическая реклама, не рассчитана на немедленное действие.

Под инициированностью понимается факт производства и распространения информации по инициативе субъекта PR. По замечанию Д. Л. Стровского, за PR-информацией всегда просматриваются интересы субъекта политических или экономических отношений [4, 31]. Под оптимизированностью и селективностью (данные признаки взаимосвязаны) понимается отбор и обработка информации таким образом, чтобы сообщение конструировало позитивный образ субъекта PR. На практике это чаще всего приводит к появлению «беспроblemных» материалов, лишенных критического начала. Как отмечают Л. М. Майданова и Э. В. Чепкина, в основном корпоративные издания рисуют картину, которую можно назвать «Наш с вами прекрасный мир». Пиаровский эффект достигается в первую очередь за счет тактики умолчания (о проблемах). «Свой мир» изображен как совокупность точек, в каждой из которых сегодня происходит нечто положительное [3, 57–59]. Принцип селективности реализуется на уровне целого текста (отбор тем для публикаций) и на уровне фрагмента текста — отдельных сверхфразовых единств (отбор фактов, эпизодов, цитат и др.). Нас в первую очередь будет интересовать тематика и форма подачи информации в текстах корпоративной прессы. В системе PR данным текстам соответствует жанр ньюслеттер — корпоративное (прежде всего внутреннее) периодическое издание, содержащее PR-тексты, собственно журналистские материалы, являющееся одним из инструментов позиционирования или поддержания пабликитного капитала базисного субъекта PR. Корпоративное издание должно содействовать созданию корпоративного мышления, передачи философии

предприятия сотрудникам фирмы [2, 221]. Особенности текстов КП рассмотрим на примере региональных выпусков газеты Центрального военного округа «Красная звезда» — «Уральские военные вести» (ранее — газета Приволжско-Уральского военного округа).

Газета «Уральские военные вести» (далее — «УВВ») — еженедельная 4-полосная газета формата А2 — адресована внутренней аудитории и не связана со сферой продаж (некоммерческое издание). Для «УВВ» характерно жанровое разнообразие. В анализируемом издании больше всего заметок, присутствуют репортажи, интервью, статьи, байлайнеры. Яркой особенностью газеты является значительное количество портретных очерков и исторических событийных и портретных зарисовок. Публикуются творческие работы (письма, стихи, фотографии и др.) читателей.

Как было отмечено выше, селективность информации на уровне текста проявляется в отборе тем для публикации. Подавляющее большинство материалов «УВВ» связано с армейской тематикой: даются отчеты о проведенных учениях, сообщается о поступлении нового вооружения и т. д. Так, на первой полосе апрельского номера (2012. № 14) размещены заметки «Зимний экзамен» (о проверке боевой готовности войск группой штаба Центрального военного округа), «Огневая тренировка» (о состоявшейся тренировке по управлению ракетными ударами), «В целях безопасности» (о начавшейся зачистке полигонов от взрывоопасных предметов), «Аутсорсинг в действии» (о передаче военной техники на обслуживание сторонним организациями), материал «Сотканные из стали и огня» о военных учениях артиллеристов. Наряду с освещением текущего положения дел в войсках практически в каждом номере размещаются исторические материалы (например, «Прaporщик Гумилев», «Военная карьера Куприна», «Кавалерист-девица Дурова», «Танкистов слава боевая», «Гвардейцы-герои», «Подвиг на сопке Заозерной», «Сверхмощные пушки мира» и др.). Заметим, что войны 1812 г. и 1941–1945 гг. служат источником постоянного вдохновения для авторов публикаций. Аудитория должна знать своих героев и историю знаменитых сражений. Выбор исторической тематики в качестве непременного компонента издания способствует трансляции идей патриотического воспитания, важность которого подчеркивается во многих публикациях:

Продолжая славные традиции патриотического воспитания молодежи, которые заложены участниками Великой Отечественной войны, нынешние ветераны боевых действий делают все возможное, чтобы святые чувства любви к Родине, дух боевого товарищества передавались из поколения в поколение (*Верность боевому братству. 2012. № 10, март*);

Поэт Сергей Есенин 25 марта 1916 года был призван на военную службу. Такова мужская доля Родину защищать... (*Так вот и служил. 2012. № 11, март*).

Патриотическое воспитание настолько важно для коллективного адресанта, что является даже причиной появления критических материалов, в целом довольно редких для КП. Приведем в качестве примера текст, размещенный в рубрике «Особое мнение» (текст дается в сокращении).

### Кто вы, господа писатели?!

Как свидетельствует история, во все времена одним из основных факторов, обеспечивающих сплоченность народа, помогавших ему преодолеть трудности и невзгоды, был патриотизм — любовь к Родине, своему народу, духовная зрелость, служение интересам Отечества, готовность защитить его от врагов.

В литературе и искусстве тема патриотизма всегда была важной и актуальной. Сегодня воплотить в ярких художественных образах ратный подвиг ветеранов, воина-современника — защитника Родины, как в прошлом, остается важным направлением творческого устремления деятелей литературы и культуры, отдающих свой талант разработке героико-патриотической, военной темы.

Менее года назад в Уфе состоялся XV съезд Союза писателей Республики Башкортостан, объединяющий 232 человека. <...> К сожалению, ни в отчетном докладе руководителя писательской организации, ни в информации председателей творческих объединений и секций, да и речах самих писателей не нашлось и слова о военной тематике, участии писателей в военно-патриотическом воспитании молодежи. Видимо, не случайно за два дня работы съезда писателей республики не было ни одного человека, как в бытние годы, в военной форме. Руководители писательского союза забыли пригласить для участия в работе съезда хотя бы одного представителя из воинских коллективов, а руководство республиканского военного комиссариата не догадалось направить на этот форум своего сотрудника, ответственного за связь с общественными организациями и творческой интеллигенцией в частности. За последние годы традиционные связи мастеров пера и культуры республики с военнослужащими и призывной молодежью были утрачены. <...>

В начале заседания исполняющий обязанности председателя Союза Кадим Арапбаев от имени правления СП РБ проинформировал делегатов о проделанной работе за период между двумя съездами. Однако в его докладе, кроме перечня голых фактов, ничего не было сказано, например, о необходимости творческого участия писателей в реализации программы «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011–2015 годы», утвержденной Правительством РФ, о существовании которой функционер писательского объединения, по-видимому, даже не слышал... <...>

Мы считаем и уверены, что пропаганда духовности и идеи защиты Родины в произведениях писателей, поэтов и драматургов, воспитание граждан на примерах ратного подвига армии и народа (дедов и отцов) должны стать традицией и повседневным делом не только для мастеров слова и пера, но и для органов власти, руководителей воинских коллективов, учебных заведений (2012. № 12, март).

Значима для «УВВ» и тема духовного воспитания армейцев. С этой целью введена постоянная рубрика «Адрес веры», в которой в марте — апреле 2012 г. публиковались поздравления с Пасхой «Христос Воскресе!», заметки «Власть и святость» (об историко-богословской конференции в Екатеринбурге), «Покровитель рыбаков» (о состоявшейся в селе Рыбниковском службе в честь иконы св. Трифона). Материалы на религиозные темы размещаются также в других рубриках. Например, заметка «Вручено боевое знамя» в рубрике «В номер!» сообщает в том числе об освящении знамени бригады настоятелем храма Преображения Господня протоиереем Димитрием. Приведем в качестве примера заметку «Литургия в Канте» (в сокращении).

Помощник командира российской авиабазы Кант по работе с верующими военнослужащими иерей Евгений Нафиков в канун Православной Пасхи провел божественную литургию, в которой приняли участие летчики, техники, гражданский персонал

авиабазы, а также местные жители. Он освятил куличи и пасхальные яйца, принесенные прихожанами, яства воскресного завтрака в летной столовой.

Также священник провел беседы с солдатами и офицерами об истории возникновения и празднования Светлого Христова Воскресения. Военнослужащим продемонстрировали документальные фильмы по пасхальным традициям и обрядам.

В настоящее время богослужения совершаются в молитвенной комнате, расположенной на территории части в здании спорткомплекса. В декабре прошлого года командующий войсками Центрального военного округа генерал-полковник Владимир Чиркин заложил камень в основание православного храма в честь святого благоверного князя Александра Невского, строительство которого планируется завершить летом 2012 года.

Количество православных верующих в авиабазе составляет 75 процентов, мусульман — 9, атеистов — 2 процента. Каждую пятницу Евгений Нафиков выезжает с военнослужащими-мусульманами в центральную мечеть в г. Кант. В дни занятий по летной подготовке он проводит молебны о путешествии и благополучии перед полетами и по их окончании (*2012. № 15, апр.*).

Не менее важен для армии и стабильный неконфликтный климат в воинских подразделениях. Сигналами того, что данная сфера находится под контролем армейского руководства, являются периодически размещаемые материалы об оптимизации взаимоотношений в коллективах: например, заметка «Психологи держат совет» (*2012. № 12, март*), статья «Контакт с человеческой душой» (*2012. № 15, апр.*), интервью «О здоровом климате» (*2012. № 11, март*), «Нацеленность на позитив» (*2012. № 10, март*).

Значительное количество публикаций преследует познавательные и рекреативные цели: представлена информация о культурных событиях, художественная проза, сканворды и др., например, «Автографы космонавтов» (*2012. № 13, апр.*), «Поэзия разума и воли» (о шахматах) (*2012. № 11, март*). А на последней полосе размещается также реклама магазинов, предлагающих товары военного ассортимента.

Покажем количественное соотношение материалов на разные темы в марто-апрельских выпусках «УВВ». 70 % публикаций были посвящены армейской тематике (из них 48 % — материалы о текущих событиях, армейских буднях, 17 % — исторические, 5 % — о психологическом климате). 30 % публикаций посвящено неармейским темам (рекреативным, познавательным и духовным). Помимо тематики большое значение имеет также содержательная и языковая форма подачи сообщения. На содержательном уровне селективность и оптимизированность материалов проявляются в подборе и оформлении информации таким образом, чтобы показать, что в армии все благополучно. Критических публикаций в марте всего 1,7 % от общего числа текстов. Это статья «“Соль” земли», поднимающая проблему наркомании в обществе, и уже упоминавшийся материал «Кто вы, господа писатели?!» об отсутствии интереса современных писателей к военной теме и соответственно об отсутствии литературных произведений патриотического содержания. Отметим, что данные проблемы не имеют непосредственного отношения к армейским делам. Еще в 8,6 % материалов собственно армейские проблемы упоминаются вскользь, с обязательным благоприятным контекстом, создающим впечатление, что эти проблемы или

уже решены или вот-вот будут решены. Обстоятельный анализа негативных фактов нет. Вместо него даются весьма туманные намеки на проблемы:

В Самарской области «своевременно рассматриваются жалобы граждан на решения призывных комиссий и обращения должностных лиц по вопросам призыва. В числе секретов мастерства — тесные контакты со средствами массовой информации, как телевизионными, так и печатными, работа с родителями и школьными, студенческими и трудовыми коллективами.

Подобная работа неплохо организована и военными комиссариатами ряда других субъектов РФ, но в целом она требует изучения и распространения лучших методик». (*Сбор военкомов. 2012. № 11, март*).

Каковы недостатки работы военных комиссариатов, остается неясным. Также туманным выглядит представление итогов работы военных судов:

Всего российскими военными судами в 2011 году было рассмотрено более 105 тысяч дел и различных материалов, подлежащих разрешению в судебном порядке. Уменьшилось количество рассмотренных уголовных дел и дел об административных правонарушениях, и напротив, увеличилось рассмотрение гражданских дел, а также материалов о грубых дисциплинарных проступках (*Суд подводит итоги. 2012. № 12, март*).

Второе предложение, вероятно, должно восприниматься как свидетельство положительной динамики, однако внушительная цифра рассмотренных дел, а также отсутствие авторских комментариев, отсутствие анализа нарушений не позволяют читателю ясно представить положение дел в данной сфере.

В ряде публикаций точечное упоминание проблемы размещено среди информации о значительных достижениях:

Эксперты соглашаются с тем, что облик Вооруженных сил за последние четыре реформенных года действительно радикально изменился. За это время численность армии сократилась с 1,2 млн до 1 млн человек. Упор был сделан на формирование контрактной армии, а срок службы по призыву сократился до года. Вместо шести военных округов появились четыре объединенных стратегических командования (Центральное, Западное, Южное и Восточное), в состав которых были переданы силы ВВС, ПВО и ВМФ. Управленческий аппарат ВС сократился в два раза. Основной тактической единицей стала бригада как наиболее компактное и мобильное соединение.

Армию и флот избавили от всех непрофильных функций: уборки, приготовления пищи, ремонта техники и строительства. Для укрепления воинской дисциплины и борьбы с дедовщиной создается военная полиция. С 1 января 2012 года зарплата военных выросла в три раза, а военные пенсии в 1,6 раза (*В новом облике. 2012. № 12, март*).

Как можно понять из сообщения, проблема дедовщины сохраняется, но исчерпывающей информации по этому вопросу ни в данном, ни в каком-либо другом материале адресат не получает. Вместо анализа ситуации — бодрый рапорт о создании воинской полиции.

Косвенным свидетельством того, что неуставные взаимоотношения остаются серьезной проблемой для армии, служат публикации, в которых описывают меры по ее решению.

В соединениях и воинских частях Самарского общевойскового объединения ЦВО подводятся итоги месячника сплочения воинских коллективов. В течение этого периода

проводился комплекс мероприятий по поддержанию высокого морально-психологического состояния личного состава, здорового нравственного климата в воинских коллективах гвардейской армии.

В рамках месячника по сплочению воинских коллективов осуществляется анализ деятельности должностных лиц по предупреждению и профилактике нарушений уставных правил взаимоотношений между военнослужащими; проводится изучение социально-психологических характеристик воинских коллективов, состав и направленность микрогрупп; проводятся анонимные анкетирования всего личного состава; организуется изучение военнослужащими требований общевоинских уставов ВС РФ и соответствующих приказов.

Как отметил заместитель командующего объединением по работе с личным составом гвардии полковник Игорь Сиваков, благодаря проведимой работе органов управления армии, а также за счет повышения интенсивности боевой подготовки военнослужащих в 2011 году удалось практически на 20 процентов снизить общее количество правонарушений, а в январе – феврале 2012 года на 60 процентов, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Особое внимание командованием гвардейской армии ЦВО по-прежнему уделяется разъяснению военнослужащим, проходящим военную службу по призыву, их конституционного права на судебную защиту жизни, здоровья, чести и личного достоинства.

Проводятся как индивидуальные, так и коллективные беседы с военнослужащими по выявлению и предупреждению фактов неуставных отношений, недопущению роста социальной напряженности. В этой работе активное участие принимают представители комитетов солдатских матерей и духовенства.

В завершение месячника сплочения воинских коллективов в каждом подразделении общевойскового объединения прошел единый день правовых знаний. К этому мероприятию были привлечены сотрудники органов военной юстиции, которые встретились с военнослужащими и ответили на актуальные и наиболее интересующие их вопросы (2012. № 8, март).

Как явствует из содержания заметки, нарушения есть, но какие именно, сколько их, в каких частях они имели место, кто виновник – об этом ничего не говорится. Вместо этого сообщается о «месячнике по сплочению воинских коллективов». Кроме того, фраза *«проводился комплекс мероприятий по поддержанию высокого морально-психологического состояния личного состава, здорового нравственного климата»* в пресуппозиции содержит информацию о том, что такой уровень уже достигнут и требуется только его не снижать. В следующем номере разговор о месячнике продолжает заметка «В рамках закона»:

...Основные усилия прокурорских работников были направлены на развитие чувства долга, чести, высокой нравственности и культуры; формирование ответственности за выполнение должностных обязанностей, обеспечение личной примерности в службе и дисциплине, повышение правовой подготовки военнослужащих и др.

Данными мероприятиями охвачено максимальное количество военнослужащих воинских частей, иных воинских формирований, учреждений и органов.

Мероприятия профилактического характера тесно увязывались с состоянием преступности и законности в поднадзорных воинских частях, учреждениях и органах (2012. № 9, март).

Каково же «состояние преступности», остается неясным.

Помимо неуставных взаимоотношений в армии есть и другие источники напряженности. Приведем в качестве примера заметку «Проблема решается» о распределении жилья для военнослужащих.

Военнослужащим Новосибирского общевойскового объединения, нуждающимся в постоянном жилье, с начала года распределено более 80 квартир. <...>

В 2011 году военнослужащим Новосибирского общевойскового объединения было выделено 405 квартир и 98 государственных жилищных сертификатов (ГЖС). А за последние три года эти цифры составили 704 квартиры и 206 ГЖС (2012. № 10, март).

Заголовок сигнализирует о том, что проблема существует. Из содержания можно понять, что она успешно решается: указано количество распределенных квартир. А сколько их требуется военнослужащим, какова очередь на получение жилья и в каких условиях живут те, кто квартиру не получил, — на эти вопросы ответа нет.

Оптимизированность информации проявляется не только в затушевывании существующих проблем, но и в продвижении идеи престижности службы в армии. Согласно публикациям, преимущества воинской службы заключаются в том, что военнослужащие обеспечиваются всем необходимым:

Учебный центр, как и весь Центральный военный округ, динамично развивается. На лицо множество нововведений, которые солдаты и офицеры отмечают изо дня в день. В среднем трехкратно выросло денежное довольствие, вдвое военные пенсии. Успешно решаются социальные вопросы: в этом году мы решим жилищную проблему, в следующем году завершим формирование фонда служебного жилья для военнослужащих. Полным ходом в войска поступает авиационная, бронетанковая и автомобильная техника. Вооруженные силы получают все необходимое для защиты интересов России, мирного труда наших граждан и природных богатств (*Боевое знамя — учебному центру*. 2012. № 8, март).

Военная служба становится привлекательной для молодых людей, так как она престижна и выгодна:

Среди основных причин, побудивших конкурсантов стать контрактниками, они назвали престиж военной службы, социальные льготы, повышение денежного довольствия (его средний размер для контрактников базы превышает 30 тыс. рублей) (*Ротация по контракту*. 2012. № 11, март).

В целом «УВВ» как корпоративное издание публикует позитивные материалы: в армии служат мужественные и мудрые командиры, высококвалифицированные медики и другой персонал. Военные будни наполнены решением важных задач, интересно организован досуг военнослужащих (постоянно публикуются отчеты о праздниках и спортивных состязаниях). Показательны заголовки материалов за март — апрель: «Специалисты высшей категории», «Достойны похвалы», «Приказ есть приказ», «Верность боевому братству», «Кадетское братство», «Равнение на победу», «Усилили защищенность», «Власть и святость», «Ситуация под контролем», «Оптимистичный выбор», «Нацеленность на позитив», «Турнир в честь героев» и др.

На языковом уровне отличительной чертой данного КП является широкое использование терминологии («артиллерийский расчет», «огневая точка», «одиночные и групповые цели», «пускозаряжающие машины», «имитационные пиротехнические средства» и др.). Необходимо отметить присутствие штампов («с честью выполнить задачу», «свято хранить традиции», «навечно вписаны в летопись» и др.).

По наблюдению исследователей, в корпоративной прессе «тенденциозность отбора фактов для формирования картины “своего мира” очевидна, поэтому представления об истинном положении дел на данном предприятии или в данной организации читатель получить не может» [1, 62]. Внутренняя КП в первую очередь решает задачи формирования корпоративной культуры, выполняет интеграционную и имиджевую функции.

- 
1. Дискурсивные практики СМИ: проблемы информационной безопасности : моногр. / [Э. В. Чепкина, Ю. В. Казаков, Л. М. Майданова и др.] ; под общ. ред. Э. В. Чепкиной. Екатеринбург, 2009.
  2. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб., 2002.
  3. Майданова Л. М., Чепкина Э. В. Проблема достоверности информации в журналистском дискурсе // Дискурсивные практики СМИ: проблемы информационной безопасности. С. 57–59.
  4. Стровский Д. Л. Типологические особенности современной корпоративной прессы // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития : сб. ст. и интервью. Екатеринбург, 2006. С. 31.
  5. Чемякин Ю. В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006.
  6. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный»: Технология скрытого управления людьми. Москва ; Минск, 2010.

*Статья поступила в редакцию 04.05.2012 г.*

УДК 316.61 + 316.77 + 004.77

**И. А. Фатеева**

## **МЕДИАБЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ КАК ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА**

Рассмотрена проблема медиабезопасности личности, в первую очередь детей и подростков, а также представлены попытки ее решения как в теоретическом, так и в практическом плане. Особое внимание уделяется мерам, осуществляемым на территории Челябинской области и других субъектов Федерации, находящихся в пределах Уральского федерального округа. Статья остро актуальна в связи со вступлением в силу 1 сентября 2012 г. Закона РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

**Ключевые слова:** медиабезопасность, медиаобразование, медиауроки.

1 сентября 2012 г. вступает в силу Закон РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», принятый 29 декабря 2010 г. в целях обеспечения медиабезопасных условий жизни подрастающего поколе-

---

ФАТЕЕВА Ирина Анатольевна — доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики и медиаобразования Челябинского государственного университета (e-mail: fia@csu.ru).  
© Фатеева И. А., 2012

ния россиян. В законе нет слова «медиабезопасность», там используется термин «информационная безопасность детей», определяемый как «состояние защищенности детей, при котором отсутствует риск, связанный с причинением информацией вреда их здоровью и (или) физическому, психическому, духовному, нравственному развитию». Однако именно после принятия этого закона Государственной думой и одобрения Советом Федерации слово «медиабезопасность» стало активно использоваться.

Как и все лексемы с корнем «медиа-», данное слово имеет семантическую связь с системой средств массовой информации и коммуникации, поскольку медиа (или массмедиа) – это массовые средства информационных связей, т. е. пресса (газеты, журналы, книги), радио, телевидение, кинематограф, видео- и звукозаписи различных текстов, а также всевозможные формы новейших телекомпьютерных систем и мультимедийных устройств. Хотя «золотым веком» массовой коммуникации считается XX в., так как именно тогда сложились необходимые условия для существования массмедиа (высокий уровень материальной культуры общества, прежде всего техники, наличие массовой аудитории, склонной к потреблению их продукции, и т. д.), кодификация слов с корнем «медиа-» (типа «медиаобразование», «медиаграмотность», «медиарынок», «медиакратия») в русских словарях происходит фактически только в начале XXI в.

Так, изданный в 2002 г. «Энциклопедический словарь СМИ» А. А. Князева зафиксировал из вышеперечисленных лексем только одну – «медиакратия» [2]. В выпущенном два года спустя Л. М. Земляновой англо-русском толковом словаре концепций и терминов, имеющих отношение к коммуникативистике и средствам информации, имеются уже все перечисленные нами четыре слова [1, 200–204]. Если же взять «Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности» (2010) А. В. Федорова [5, 22–27], то мы увидим, что там ряд терминов с корнем «медиа-» довольно длинный и включает такие слова, как *медиаарт* (*media art*), *медиавоздействие* (*media effects*), *медиавосприятие* (*media perception*), *медиаграмотность* (*media literacy*), *медиадидактика* (*media didactics*), *медиаизмерения* (*media measurements*), *медиаклуб* (*media club*), *медиацентр* (*media center*), *медиакомпетентность* (*media competence*), *медиакритика* (*media criticism*), *медиакультура* (*media culture*), *медиалогия* (*media studies, medialogie*), *медиаобразование* (*media education*), *медиапедагогика* (*media pedagogy*), *медиапиратство* (*media piracy*), *медиапланирование* (*media planning*), *медиапсихология* (*media psychology*), *медиавторчество* (*media creation*), *медиатека* (*mediateque*), *медиатекст* (*media text*), *медиатерроризм* (*media terrorism*), *медиаэкология* (*media ecology*). Однако обратим внимание: понятия «медиабезопасность» там нет. Это может объясняться, во-первых, русским происхождением второго корня данного сложного слова (все другие лексемы, как видим, даются с английским аналогом), во-вторых, меньшей распространностью этого термина в речевой практике и, в-третьих, отсутствием разработки соответствующего явления в науке.

Таким образом, в теоретическом плане проблема медиабезопасности (не путать с кибербезопасностью и с компьютерной безопасностью!) в русской

науке не идентифицирована. По крайней мере, в библиографических указателях диссертаций за 1990–2000-е гг., составленных Л. Г. Фещенко, таких работ нами не обнаружено ни среди относящихся к журналистике [6], ни среди написанных по другим отраслям знания [7] (всего автором издания учтены диссертации по 93 позициям классификатора научных специальностей).

Как этот факт можно оценить в сравнении с зарубежной наукой? Вопрос непраздный, связан с историей институализации в мире и в России такой тематической области теории и практики, как медиаобразование. Как известно, в мировом масштабе она получила право на существование еще в середине прошлого века, и одним из ведущих направлений в ней было именно то, в котором педалировалась тема негативного воздействия массмедиа на общество (в первую очередь на детей) и, соответственно, ставилась и решалась проблема защиты его (их) от этого воздействия. Это направление в современной отечественной медиаобразовательной литературе связывается с защитной теорией (другие ее номинации: протекционистская, «инъекционная», «прививочная», теория «гражданской защиты», теория «культурных ценностей») и справедливо отмечается, что, несмотря на его представленность в современном зарубежном медиаобразовательном дискурсе, в наше время оно все-таки утратило свое монопольное место в нем.

Иначе обстоят дела в отечественной науке. Медиаобразование в ней стало пробивать себе дорогу только с перестроечного времени и, соответственно, почти «проскочило» этап превалирования «защитного» направления. Сейчас же, возможно, мы стоим на пороге того, что под действием внешних причин данное направление не только быстро оформится, но и монополизирует весь медиаобразовательный дискурс.

Что же касается практической постановки проблемы медиабезопасности, она опережает теоретическую и осуществляется не в пределах педагогики, а извне. Наверное, не ошибемся, если скажем, что в общественное сознание и в широкий оборот само слово стало входить в 2011 г. благодаря активной постановке проблемы медиабезопасности детей уполномоченным по делам ребенка при Президенте РФ П. Астаховым. Именно он летом прошлого года выступил с инициативой открыть нынешний учебный год уроками медиабезопасности во всех школах страны. Сам он провел такой урок в московской школе-интернате № 15 им. Ю. В. Никулина циркового профиля для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. СМИ сообщили еще о нескольких таких уроках, проведенных омбудсменами в регионах, один из них, в сельской школе в Ставропольском крае, посетил даже Президент России Дмитрий Медведев.

Есть примеры «озабоченности» темой медиабезопасности со стороны Минкомсвязи. Например, еще в 2009 г. глава этого ведомства И. Щеголев высказался так: «Мы считаем очень важно как раз сейчас ввести специальную дисциплину. Называется “медиаобразование”. Обществу нужна некая информационная диета. Если человек будет с утра до вечера есть, понятно, что с ним станет. К информации мы почему-то эту аналогию не относим» [3]. Сказано хорошо, образно и хлестко, недаром же Щеголев в прошлом профессиональ-

ный журналист. Непонятно только, куда он предлагает включить эту дисциплину.

А вот П. Астахов выступил с конкретным предложением. Так, 30 мая 2011 г. во время совместного заседания Президиума Государственного совета и Комиссии по реализации приоритетных национальных проектов и демографической политике в присутствии Дмитрия Медведева он предложил проблематику медиабезопасности предусмотреть в курсе основ безопасности жизнедеятельности (ОБЖ). Предложение, с одной стороны, неожиданное (обычно учеными-медиапедагогами рассматриваются в качестве дисциплин, в которые может быть интегрировано медиаобразование, родной и иностранные языки, информатика, а также дисциплины эстетического цикла); с другой — вполне логичное (целевая и предметная связь дидактических единиц курса ОБЖ с тематикой медиабезопасности действительно просматривается невооруженным глазом). Есть, правда, сильный контраргумент: нынешние школьные учителя ОБЖ (в большинстве своем бывшие военруки) этой темой абсолютно не владеют. То есть вопрос упирается в одно «но» — время: нужно переучить (или доучить) педагогов. И с этой точки зрения отсрочка даты вступления в силу закона «О защите детей от информации...» на год (по первоначальным замыслам он должен был начать действовать с 1 сентября 2011 г.) приобретает особое значение. Только что-то незаметно, чтобы необходимые меры кадрово-методического характера начали осуществляться. Скорее всего будет не «как лучше», а «как всегда»: даже если предположить, что соответствующие тематические единицы будут введены в государственный образовательный стандарт общего (и любого другого?) образования, в реальной педагогической практике они могут просто игнорироваться (или преподаватели оставят их на самостоятельное изучение).

А между тем кое-какие полезные наработки уже есть, их только надо сделать достоянием педагогов. Так, в рамках подготовки секции «Информационная безопасность и “чистый Интернет” на региональном и муниципальном уровне» IV Межрегиональной научно-практической конференции «Инфокоммуникационные технологии в региональном развитии» (Смоленск, 10–11 февраля 2011 г.) межрегиональной общественной организацией в поддержку построения информационного общества «Информация для всех» (председатель правления А. Демидов) по заказу Администрации Смоленской области был выпущен компакт-диск «Чистый Интернет: обзор опыта и рекомендации по формированию политики в области информационной безопасности детей и молодежи в русскоязычном сегменте киберпространства». В создание компакт-диска, наряду с сотрудниками и экспертами МОО «Информация для всех», внесли свой вклад представители оргкомитетов Инфофорума и Оптинского форума, Фонда развития Интернета и фонда «Дружественный Рунет», Национального совета социальной информации, ПРИОР Северо-Запад, Российского агентства развития информационного общества, Российского клуба связистов, социального проекта «Защита детей» правящей политической партии страны, Российского детского фонда и других организаций. Работа ими проделана значительная: созданы тематические сайты, видеоролики, запущены «горячие линии», программы, конкурсы и другие проекты.

Остановимся также на опыте, имеющемся в Уральском федеральном округе. Прежде всего, на инициативе, поддержанной аппаратом уполномоченного по делам ребенка Челябинской области М. Павловой и южноуральским министерством образования и науки. Принадлежит она факультету журналистики ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет» (ЧелГУ), где с осени прошлого года заработала единственная в нестоличном вузе страны кафедра журналистики и медиаобразования (на базе существовавшей с 1995 г. кафедры журналистики). Инициатива конкретизирует и развивает нереализованную на Южном Урале идею Астахова о проведении 1 сентября уроков медиабезопасности. В прошлом году, по мнению областного образовательного ведомства, для уроков, открывающих учебный год, был более важный повод — 275-летие Челябинска, а в этом году, в связи со вступлением в силу соответствующего закона, идея уроков медиабезопасности имеет шанс осуществиться. Но как сделать эти уроки массовыми? А в идеале бы охватить ими всех без исключения школьников?

Руководство факультета журналистики предложило такую схему: специалисты факультета разрабатывают медиауроки для школьников разных возрастов (младшего, среднего и старшего) и размещают их — вместе с макетами памяток, которые должны быть распечатаны и розданы детям (опять же по возрастам), — на сайте омбудсмена или министерства образования, а все учители (классные руководители) области скачивают медиауроки и материалы к ним и проводят занятия, используя имеющееся в школах мультимедийное оборудование. Методическими разработками (общий план урока, сценарий видеофрагмента, включенного в него, викторины и тесты, а также памятки по медиабезопасности) занимались преподаватели факультета (доктор филологических наук И. А. Фатеева, кандидаты педагогических наук Т. М. Артишевская и А. С. Сумская, кандидат филологических наук В. В. Федоров), а видеофрагменты и памятки снимали, монтировали и верстали работники двух учебных лабораторий факультета (телефидения и радиовещания, а также информационных технологий СМИ) Е. Б. Футерман, С. А. Кикосов, И. А. Капелин, А. Д. Иванов.

Следует также сказать, что кафедра журналистики и медиаобразования ЧелГУ не единственный центр медиаобразования на Урале. По данным А. В. Федорова [4], относящимся к 2010 г., научно-образовательные центры есть в четырех городах нашего федерального округа: два в Екатеринбурге (Региональный центр медиаобразования под руководством А. Р. Кантор, функционирует с 1993 г.; Уральский научно-методический центр медиакультуры и медиаобразования под руководством Н. Б. Кирилловой, функционирует с 2006 г.) и по одному в Челябинске (Южно-Уральский центр медиаобразования под коллективным руководством Л. П. Шестеркиной, А. В. Минбалаева, Е. П. Соколовой, функционирует с 2004 г.), в Копейске (Центр медиаобразования, функционирует с 2009 г.) и в Перми («Пермская синематека» под руководством П. А. Печенкина, функционирует с 2006 г.).

Думается, что на самом деле сильных коллективных субъектов медиаобразования еще больше. Во-первых, в эти два года, прошедших с момента написания статьи, жизнь не стояла на месте, а во-вторых, мы сейчас говорим не

столько о научных центрах, сколько о коллективных агентах практической работы, которые наряду с реализацией медиаобразовательных проектов информационного, обучающего, просветительского, досугового характера вполне могли бы заняться и тематикой медиабезопасности. Иначе этой тематикой — после 1 сентября 2012 г. — заинтересуются такие субъекты, которые вмог «зачистят» эту сферу и быстро отчитаются о решении важной государственной задачи, но будут ли этим удовлетворены здоровые и зрелые силы общества, в том числе нынешние энтузиасты-медиапедагоги, мы прогнозировать не беремся.

- 
1. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации : англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М., 2004.
  2. Князев А. А. Энциклопедический словарь СМИ. Бишкек, 2002.
  3. Савиных А. Министр связи и массовых коммуникаций Игорь Щеголев: «С информацией, как с едой, — надо быть осторожнее» // Известия. 2009. 15 июня.
  4. Федоров А. В. Научно-образовательные центры Урала и Сибири в области медиапедагогики: сравнительный анализ // Дистанционное и виртуальное обучение. 2010. № 8. С. 15–42.
  5. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог, 2010.
  6. Фещенко Л. Г. Библиографический указатель диссертаций по журналистике: 1990–2008 / под науч. ред. Г. В. Жиркова. СПб., 2010.
  7. Фещенко Л. Г. Журналистика и массмедиа : библиогр. указ. диссертаций: 1990–2010 / под науч. ред. Г. В. Жиркова. СПб., 2011.

*Статья поступила в редакцию 10.05.2012 г.*

УДК 002.56 + 004 + 070.1 + 316.77

Е. В. Олешко

## ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОЙ НАВИГАЦИИ И ДИАЛОГОВОСТИ КАК КОМПОНЕНТЫ НОВЕЙШЕЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Исследуются новые составляющие практики массмедиа, характеризующие взаимовлияние традиционного подхода к газетно-журнальному дизайну и новейших вариантов веб-оформления, представлены различные методы поисковой оптимизации. Особое внимание уделяется блогам. Как убежден автор, они открывают новые возможности не только для интернет-журналистики, но и для журналистики в целом и традиционной печатной в частности.

**Ключевые слова:** информационная культура, поисковая оптимизация, макет-дизайн, шрифт, мультимедиа, блог, диалог, интерактивность.

Новая модель информационного взаимодействия, характерная сегодня для СМИ, предполагает, как мы выяснили в ходе проведенного исследования, взаимовлияние традиционного подхода к газетно-журнальному дизайну и новейших вариантов веб-оформления. Ведь, как это ни парадоксально, но подающиеся как оригинальные варианты верстки контента некоторых сетевых изданий основаны на достаточно известных, а порой и подзабытых содружественно-оформительских моделях «бумажных» изданий, выходивших в конце 80-х – начале 90-х гг. прошлого столетия. Так, любой современный верстальщик со стажем может вспомнить, к примеру, по-настоящему новаторские СМИ того времени: «Вечерний клуб», «Колокол», «Мы», увы, позднее «почившие в бозе», может быть, еще и по той причине, что требовали достаточно больших расходов на дизайнерскую, оформительскую работу и допечатную подготовку.

Вышеупомянутое взаимовлияние выражается сегодня, в частности, в формах и видах анонсирования «гвоздевых» публикаций на интернет-сайтах: достаточно назвать такие характерные для них приметы бумажных изданий, как принципы построения листа, интригующее начало, иконический анонс и т. п. В свою очередь, сами бумажные издания все больше характеризуются «интерфейсными» формами подачи материалов, использованием в тексте статей и авторских колонок электронных адресов для контактов, гиперссылок и пр. Все это, на наш взгляд, свидетельствует о том, что профессиональным дизайнерам необходимо в своей повседневной деятельности учитывать принципы повсеместного развития современной информационной культуры аудитории СМИ, находящей выражение прежде всего в мультимедийном характере получения и использования поступающей из внешней среды информации.

В целом же поисковую оптимизацию (англ. *search engine optimization* – SEO) мы определяем как мероприятия, обусловливающие повышение информа-

---

ОЛЕШКО Евгений Владимирович – кандидат филологических наук, ассистент кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: fury\_rebel@mail.ru).

*ционного рейтинга сайта в результате манипулирования поисковыми системами, работающими с контентом по определенным запросам пользователей.* По мнению члена экспертного совета Межрегиональной общественной организации «Информация для всех» В. В. Артюхина, эффективность данного рода деятельности можно описать как системную работу «с внутренними факторами (находятся под контролем владельца веб-сайта) — приведение текста и разметки страниц в соответствие с выбранными запросами, улучшение качества и количества текста на сайте, стилистическое оформление текста (заголовки, жирный шрифт), улучшение структуры и навигации, использование внутренних ссылок, а также с внешними факторами — обмен ссылками, регистрация в каталогах и прочие мероприятия для повышения и стимулирования ссылаемости на ресурс» [1].

Обратим внимание на тот факт, что шрифтовое выделение также является в данном случае одним из существенных алгоритмов индексации для поисковых систем. Не случайно и то, что по аналогии с классическим определением «разноцветной» пропаганды специалисты сегодня выделяют «белую», «серую» и «черную» поисковую оптимизацию. Методы последней стопроцентно латентны и включают использование страниц и ресурсов, созданных специально для роботов поисковых систем. Именно поэтому некий набор ключевых слов на странице может привести пользователя на порносайт или на страницы, не содержащие ничего, кроме ссылок на другие ненужные ему страницы.

Подобного рода «электронное манипулирование», на наш взгляд, можно преодолеть не только с помощью спам-фильтров. Системное освоение принципов информационной культуры создателями массмедиийного контента предполагает и эстетическую доминанту. Именно поэтому использование ими уникальных или, по крайней мере, не однообразных шрифтовых гарнитур и выделений, а также авторское дизайнерское оформление помогут избегать, с одной стороны, включения текстов СМИ в число спам-контента, а с другой — решать необходимые медийные задачи pragматического характера.

Точность, достоверность и масштабность данных — это главные аргументы системного использования инфографического представления контента как творческого метода современной журналистики, а также конкретных приемов количественной (числовой) и качественной (семантической) его визуализации. Но эффективность данной формы информационного дизайна обусловлена и тем, что современные технологии позволяют постоянно расширять диапазон применения и варианты представления объектов в Сети, а следовательно, перманентно увеличивать аудиторию СМИ. Это дает, к примеру, возможность создавать с помощью мультимедиа динамические, управляемые, интерактивные объекты, реконструировать различные события и процессы, создавать объемные (даже в формате 3D) структуры, «оживающие» при взаимодействии с пользователем, и т. д. и т. п. Разумеется, все это очень важно для «продвинутых» пользователей и молодежи. В противном случае от массмедиа, работающих по старинке, читатель рано или поздно уйдет к конкурентам. Не случайно в современной медиавистике появился даже термин *метадизайн электронных*

ресурсов, понимаемый как совокупность интерактивных инструментов для створчества в Сети и являющийся его результатом.

Однако мы убеждены, что данный термин может иметь сегодня и расширенное значение. Поскольку процессы конвергенции, как свидетельствует практика, характеризуют развитие журналистики во все возрастающей степени, то, следовательно, и метадизайн можно определить как *совокупность системно действующих правил и приемов оформления продуктов массмедиа с ярко выраженными коммуникативными свойствами*. При этом газетно-журнальный шрифт, являющийся первоосновой вербализации смыслового контента, занимает в данном процессе одно из самых важных мест. Мы согласны также с точкой зрения исследователей [5], которые акцентируют внимание на таких характеристиках метадизайна, как наличие адекватного и когнитивно-ориентированного оформления (форматирования) информации с целью внутреннего (по отношению к ресурсу) управления процессом ее извлечения, обработки и интериоризации. Но не исключаем и фактора расширения его функций при реализации подобного подхода в других областях информационного творчества.

Несомненно, нельзя, анализируя новые технологии эффективной информационной деятельности, обойти сферу блоггинга. Ведь блоги открывают новые возможности не только для интернет-журналистики, но и для журналистики в целом и традиционной печатной в частности. Блоггеры, по сути, разработали новый подход к структурированию и управлению информационно-смысловыми потоками. Ведь подавляющее большинство из них, как правило, пишут о том, что происходит лично с ними. При этом люди высказывают свои мнения по поводу тех или иных общественно-политических, культурных, спортивных событий, а также происшествий или даже катастроф и проявлений экстремизма. Еще один плюс грамотно оформленного блога — комментирование публикаций, что называется, «взорвавших» Интернет, связывание данных комментариев гиперссылками с прямым источником информации, что очень удобно для любого пользователя Сети.

Вместе с тем не утихают споры о том, насколько велика угроза замены блоггингом привычной людям журналистики. Так, деловая газета «Взгляд», проведя системное исследование данной проблемы, еще несколько лет назад привела несколько аргументов относительно того, почему блоги не смогут заменить традиционные СМИ [2]. В основном они сводятся к следующим утверждениям: блог не может стать СМИ, так как количество читателей заведомо меньше, чем у традиционных СМИ; СМИ — не просто источник распространения информации, а социальный институт, включающий в себя понятия гражданской ответственности, соблюдения норм и законов; блог не может считаться СМИ, так как его автору не хватает профессионализма в освещении событий; блог не может считаться СМИ потому, что он не охватывает всю информационную картину мира.

Соглашаясь с данными аргументами, следует сказать, что новейшая практика свидетельствует не столько о конкуренции данных субъектов информационной деятельности, сколько о тенденции взаимовлияния. Наш анализ показал: за время, прошедшее со дня публикации, наряду с персональными блогами

и блогами звезд шоу-бизнеса, активно развивались корпоративные и политические. Свой блог есть и у экс-президента нашей страны Дмитрия Анатольевича Медведева, открытый в форме сообщества blog\_medvedev. Блог был создан как «платный аккаунт» еще 12 февраля 2009 г. В описании сообщества говорилось, что блог «является дискуссионной площадкой, на которой пользователи ЖЖ имеют возможность обсудить видео- и текстовые обращения Президента России». Кроме того, следует сказать, что в Сети представлено немало дневников отдельных политиков и даже в целом политических партий и движений.

Существенно, что активно развиваются и медиаблоги печатных СМИ, прежде всего регионального и даже местного уровней. Данный вид блогов наиболее близок по функциям к их печатной версии, но при этом здесь используются принципиально иные, наиболее современные носители информации. Выделим разновидности таких блогов: блог, в основном представляющий видеоматериалы (videoblog); блог, описывающий и комментирующий события (sketchblog); блог, включающий лишь фотоизображения (fotoblog); смешанный блог, на котором журналисты СМИ выставляют как короткие оперативные новости, так и аналитические материалы (tumbleblog).

Отметим и тот факт, что все виды блогов имеют несколько основных черт, с одной стороны, кардинально отличающих их как от традиционных СМИ, так и от страницы обычного интернет-сайта, с другой – развивающих их традиции на новом технико-технологическом уровне.

Во-первых, тексты блогов актуальны, как правило, лишь короткий период. Поэтому для них характерен небольшой, в некоторых случаях просто лаконичный характер публикаций. Причем нередко в блогах используются образы, символы, сокращения и т. п., понятные лишь автору. Следовательно, важным фактором, способствующим эффективному восприятию данного рода текстов, является используемый шрифт, а также его выделения. Однако привычные для традиционных СМИ принципы подачи информации (заголовок, подзаголовок, лид, «принцип пирамиды» для развертывания инфосюжета, сноски и т. д.), а также хорошо знакомые шрифтовые гарнитуры в этом случае решают многие проблемы с точки зрения удобочитаемости и реализации pragmatisческих функций текста.

Во-вторых, блоги более интерактивны. Тексты (и комментарии к ним читателей) появляются быстро, порой в режиме реального времени. И поскольку авторы нередко вступают в дискуссию с посетителями, что нехарактерно для профессиональных журналистов и администраторов сайтов, то это преимущество позволяет структурировать тексты с помощью рубрик хронологического характера, что также легко делается с привлечением привычных глазу читателя шрифтовых выделений различного типа и непрерывной ленты контента. Меню и оглавления, присущие излишне «хайтековским» по форме подачи информации сайтам, в данном случае лишь усложняют конструкцию и затрудняют оперативный поиск потенциальному читателю.

В-третьих, развитие в большинстве мировых массмедиа различных элементов «народной журналистики» позволяет, в частности, в приложениях к большим региональным газетам, выходящим в маленьких городах, вместе

с обычными новостями печатать слегка подредактированные материалы, присылаемые на сайт или в медиаблог обычными читателями [3]. Но, по мнению экспертов, сама форма подачи такого рода контента должна быть привычной для аудитории.

В связи с чем, в-четвертых, по данным проведенного нами анализа, современная блогопрактика свидетельствует, что наиболее эффективным методом конструирования блогов до сих пор является использование традиций дизайна печатных СМИ. Так, *тэги* (*tags*), иначе говоря, метки (ключевые слова), с помощью которых можно обозначить темы каждой записи в блоге, из газетно-журнального дизайна поначалу перекочевали в виде навигационных ссылок в веб-дизайн. По ним легко можно найти все другие заметки, содержащие эти же слова. Но в современных печатных СМИ данный принцип получил завершенный вид в инфографике, а ранее, в течение веков, использовался верстальщиками и полиграфистами, причем как в периодике, так и в книжной продукции.

В-пятых, никто не отменял универсальные правила удобочитаемости, присущие всем видам текстов. Адаптированность для просмотрового чтения и тенденция к текстам списочного типа, позволяющая сделать их удобными для обзора, не являются открытиями блогодизайнеров. Еще в прошлом столетии adeptы скорочтения и новаторы-дизайнеры призывали верстальщиков использовать, наряду с другими подходами, и те, которые помогут реципиентам с помощью «воздуха», грамотно выстроенных оформительско-заголовочных комплексов, крупнокегельных выносок и других эффективных приемов оперативно делать выбор нужной информации и объектов «пристального» чтения.

И, наконец, в-шестых, современные блоги, как, впрочем, и интернет-сайты, в ближайшем будущем все же не смогут полностью заменить традиционные газеты и журналы в силу своей специфики как медийного продукта.

Дэвид Клайн и Дэн Бурстейн, авторы книги «Блог! Как новейшая медиареволюция изменяет политику, бизнес и культуру», отмечают, что «интернет-дневники стали новой парадигмой современного человеческого общения» [4, 44]. Но, как мы видим, данная парадигма прочно опирается на традиции подачи информации в печатных СМИ. Символично, что многие федеральные издания, запрещающие использовать свой контент без письменного согласия редакции (например, «КоммерсантЪ», «Ведомости»), дают на сайте коды статей «для размещения в блогах», тем самым поощряя неформальное распространение своего контента по этому каналу. Разумеется, в данных СМИ журналисты воспринимают блогосферу прежде всего как источник притяжения аудитории, а не как конкурента.

Мы также считаем, что блоги — прекрасная стартовая площадка в профессию для начинающего журналиста, где он может развить свои навыки, выработать свой стиль и язык, найти свои темы и даже свою аудиторию. В ЖЖ («Живом журнале») также существуют несколько сообществ, объединяющих работников СМИ, такие как *journ* — сообщество журфака МГУ; *paparazzi* — решение рабочих вопросов в массмедиа: заказ материалов, спрос/предложения вакансий, консультации, обсуждение проектов; *geroi\_suzheta* — сообщество для

тех, кто готов сотрудничать с телевидением, может стать героем сюжета, и т. д. Кроме того, следует отметить, что даже многие известные журналисты заводят свои дневники, читать которые не менее, а порой даже более интересно, чем газеты и журналы, в которых они работают.

Подытоживая вышесказанное, можно отметить, что использование в различных видах информационной деятельности в целом и в современной журналистике в частности средств визуальной коммуникации, принципов эффективной навигации и диалоговости как непременного компонента новейшей информационной культуры общества носит очевидный, хотя и не всегда систематический и креативно реализованный характер. Так, эффективность инфографики однозначно связана не только с целесообразностью использования данного творческого метода, но и степенью профессионализма газетно-журнальных дизайнеров и веб-мастеров. Еще одна проблема обусловливается развитием процессов медиаобразования в российском обществе. Наше исследование показало, что без выработки у читателей периодических изданий и пользователей глобальной Сети полезных когнитивных традиций, привычек, навыков эффективной работы с имеющимися ресурсами, невозможно будет решать и задачи полноценного информационного обеспечения в правовом государстве. Сам же факт повышения информационной насыщенности, наглядности и императивности с помощью объектов информационной графики, если они диалектически взаимосвязаны с основными текстами, думается, ни у кого уже сомнения не вызывает.

---

1. Артюхин В. В. Веб 2. 0 как источник неконструктивной активности в Интернете [Электронный ресурс]. URL: [http://ifets.ieee.org/russian/repository/v13\\_i2/html/11.htm](http://ifets.ieee.org/russian/repository/v13_i2/html/11.htm) (дата обращения: 12.01.2012).

2. Бирюков Д. Блоги и СМИ: новые роли // Взгляд. 2006. 28 авг.

3. Киришин Б. Н. На пороге медиареволюции // Знак. Проблемное поле медиаобразования : науч. журн. ЧелГУ. 2009. № 3. С. 27–30.

4. Клейн Д., Бурстейн Д. Блог! Как новейшая медиареволюция изменяет политику, бизнес и культуру / Blog! How the Newest Media Revolution is Changing Politics, Business, and Culture. Цит. по: Соломонов И. А. Конвергентность как тенденция развития СМИ // Журналистика XXI века. М., 2010.

5. Некляев С. Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания. М., 2008.

*Статья поступила в редакцию 05.05.2012 г.*

УДК 070 + 81'42 + 159.923

О. В. Ильина

## ПРАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПЕРСОНАЖА В ПРЕССЕ: МЕЖДУ ТОЖДЕСТВЕННОСТЬЮ И САМОСТЬЮ

В центре внимания данной статьи — проблемы конструирования реальности в СМИ. Автор анализирует конструирование образа персонажа в портретных медиатекстах. Показано, что дискурсивные практики конструирования образа персонажа основываются на диалектическом противоречии тождественности («я, как и все») и самости («я, в отличие от всех»), *idem* и *ipse* (лат.).

Ключевые слова: персонаж, медиатекст, дискурсивные практики, идентичность.

Дискурсивный подход к исследованию СМИ предполагает, что журналисты действуют по правилам профессии (дискурса): они осуществляют отбор значимых для СМИ событий, персонажей, явлений и затем встраивают их в особый смысловой порядок, конструируя медийную картину реальности.

В данном исследовании мы обращаемся к анализу практик конструирования образа персонажа в прессе\*. Материалом исследования послужили тексты рубрики «Фигура» журнала «Русский репортер», в которой представлены преимущественно портретные интервью, реже — очерки и зарисовки, посвященные созданию целостного образа героя.

На наш взгляд, часто образ персонажа в прессе конструируется в рамках диалектического противоречия тождественности и самости, «*idem*» (лат. «тот же самый») и «*ipse*» (лат. «сам»). Если тождественность — это сходство, совпадение объектов, то самость — это индивидуальность, самобытность, своеобразие [4, 695, 800]. Говоря о двойственности термина «идентичность», П. Рикёр пишет: «В разных значениях выражение “тот же самый” употребляется в рамках сравнения; противоположностями ему служат: “другой”, “различающийся”, “отличный”, “неравный”, “обратно направленный”. Весомость этого сравнительного употребления термина “тот же самый” показалась мне столь значительной, что отныне я буду считать “самотождественность” синонимом идентичности от *idem*, которой противопоставлю самость как идентичность от *ipse*» [5, 17]. В нашем исследовании вместо термина «самотождественность» мы будем использовать термин «тождественность», так как он более точно передает смысл «сходства с кем-либо, чем-либо» и исключает возможность разных толкований первой части сложных слов «само...». Противоположные смыслы тождественности («я, как все») и самости («я, в отличие от всех»), конституирующие категорию идентичности [1], как правило, используются одновременно при создании образа персонажа в портретных медиатекстах. Как говорят сами жур-

\* Исследование выполнено совместно с Д. Комаровым, студентом факультета журналистики.

ИЛЬИНА Ольга Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: ilina.usu@gmail.com).

© Ильина О. В., 2012

налисты, их цель — «преодолеть “фасад” личности, показать, что представляет собой этот человек на самом деле, “очеловечить гламурный образ”» [2, 54].

Данные противоположные практики конструирования тождественности (одинаковости, похожести на других, обычности) и самости (индивидуальности, непохожести на других) персонажа могут быть обнаружены в текстах прессы в виде знаков, которые содержат соответствующие противоположные смыслы [1, 161–162].

Мы анализируем практики выбора персонажа, практики именования и описания персонажа [6, 134–159].

Персонажами текстов в рубрике «Фигура» журнала «Русский репортер», как правило, становятся:

- известные личности (политики, писатели, звезды шоу-бизнеса и др.), обращение к которым может быть связано с переменами в их жизни, с их участием в масштабном событии (например, в выборах) либо просто с их известностью;

- «простые люди», на примере которых демонстрируются социальные процессы.

При этом конструирование образа любого героя, простого человека или известной личности, предполагает использование и практик конструирования тождественности, и практик конструирования самости.

Практики конструирования тождественности реализуются в парадигме номинаций, объединенных смыслом «обычный человек»: *обычный человек, среднестатистическая москвичка, типичный представитель своего поколения, простой американец* и др.

При этом используются адъективные сочетания «прилагательное *настоящий, типичный, нормальный, обычный, простой, среднестатистический* и т. п. + имя существительное», употребляющиеся в контексте сравнения свойств персонажа со свойствами представителя какой-либо общности, социальной группы. Например:

Валентин Сtryкало — под этим псевдонимом скрывается 22-летний Юрий Каплан — появился в Интернете как очередной фрик «из села Бурильцево, что в Житомирской области», который сочиняет попсовые песни для звезд эстрады и предлагает их у него купить. <...> Он — **типичный представитель своего поколения**, которое никого не осуждает, а стебется и угорает (*На районе и «На Кайене» // Рус. репортер. 2011. № 19*);

В 1993 году я (Евгений Федоров. — О. И.) уже был старой рок-звездой. Я приходил в клуб «Там-Там», и со мной общались как с человеком с телевизора. **А я-то нормальный: у меня нет ни денег, ни машины, я просто такой обычный прихожу** (*Приключения мальчиков среднего возраста // Там же. № 33*).

Частотны и сравнительные обороты: *такой, как все, я, как и все, он, как и любой другой* и др. Например: *Меня всегда интересовали американские индейцы. Я, как и любой другой подросток в Норвегии, много читал про них...* (Полтора метра дневников // Рус. репортер. 2011. № 40). В данном тексте писатель Эрленд Лу неоднократно причисляет себя к какой-либо общности: к граж-

данам своей страны, к европейцам в целом. Он производит эту идентификацию на основании сходства биографических фактов и особенностей менталитета. Таким образом, герой конструируется не как уникальная личность, а как вполне типичный норвежец.

Практики описания персонажа как «обычного» предполагают приписывание ему действий и характеристик, типичных для общности, социальной группы. Например:

...юному Каддафи, **как и многим его сверстникам**, оказались очень близки идеи египетского президента Насера, арабского националиста, намеревавшегося построить специфический исламский социализм (*Заклинатель пустыни // Рус. репортер. 2011. № 8*);

Мои родители — представители среднего класса, не богатые и не бедные. Я получил хорошее воспитание. На меня приходят такие же люди, как я, обычно с такими же музыкальными вкусами, одеты они похоже, они тоже обычно студенты. В общем, **меня от моей аудитории мало что отличает** (*На районе и «На Кайене» // Там же. № 19*).

Как пишут исследователи Л. М. Майданова и Э. В. Чепкина, в СМИ «активно эксплуатируется мотив обычности героя: он как все, а то и хуже всех. И конечно, этот мотив снова организует контраст: как из гадкого утенка вырос прекрасный лебедь, так из нашего ординарного, а то и смешного “малыша” получается кумир публики» [3, 70]. Рассмотрим пример:

— А я (Лена Катина. — О. И.) **совершенно неузнаваемая хожу и веду себя как обычный человек.** <...>

— Почему тебя не узнают? Из-за большого разрыва между сценическим образом и человеком, которым ты на самом деле являешься?

— Потому что на сцене **я накрашенная и с кудрями**. А в жизни — **ненакрашенная и с хвостиком**» (*Никогда не забуду // Рус. репортер. 2012. № 3*).

Простое, обывательское поведение, лишенное сигналов, по которым читатель легко вычисляет «звездность», делает из известного человека «простого парня»:

По городу Лу **перемещается на велосипеде, встретить его в Осло очень легко**. Вчера мне это удалось дважды, причем никаких усилий для этого я не предпринимал. Если сесть в порту в баре под открытым небом, рано или поздно непременно увидишь высокого лысого мужчину, ведущего свой велосипед по брусчатке. Это будет Лу, который **идет выпить пива с друзьями** (*Полтора метра дневников // Рус. репортер. 2011. № 40*).

Часто, когда в ходе беседы журналист каким-либо образом дает понять собеседнику, что отождествляет его со «звездой», герой сам идет на «упрощение» образа. Например, старец Илья из Оптины пустыни сам о себе говорит: **Я старик. Какой я старец?** Персонаж отстраняется от номинации, которая максимально индивидуализирует его, и, отвечая на вопрос журналиста, объединяет себя со всеми людьми:

— Тяжело быть старцем?

— Ну... старцем... Ну как тяжело? **Всем тяжело. А кому не тяжело?** (*Старик и вечность // Рус. репортер. 2011. № 19*).

Практики конструирования самости направлены на подчеркивание исключительности, индивидуальности, самобытности персонажа. Если он один из многих, то в этой общности он самый влиятельный, самый известный и др.

Можно выделить парадигматический комплекс вторичных номинаций персонажа, характеризующих его «самость» (исключительность, индивидуальность):

— парадигма номинаций, объединенных общим смыслом «известный человек»: знаменитость, звезда, культивая фигура, известный врач, известный артист, популярный музыкант и др. Например: *Профессор Нильс Кристи — культивая фигура в мире права* (Медиатор // Рус. репортер. 2011. № 18); *Израильский композитор Авишаи Коэн — один из самых популярных джазовых музыкантов в мире* (Джаз всем телом // Там же. № 43);

— парадигма номинаций, объединенных общим смыслом «необычный человек»: великий мудрец, великий пророк, титан, экстравагантный полковник и др. Например: «*Все великие пророки современности пришли из пустыни: Мохаммед, Иисус и я*», — без всякого кокетства говорил Муаммар Каддафи (Заклинатель пустыни // Рус. репортер. 2011. № 8).

На уровне языкового выражения характерны метафорические номинации персонажей как «исключительных»: князь тьмы, говорящий орган государства (о Владиславе Суркове), человек из телевизора (о Леониде Рошале, Евгении Федорове и др.), король королей Африки (о Муаммаре Каддафи) и др. Например: *Он князь тьмы, он черен с ног до головы, от него, как сказал бы Уго Чавес, пахнет серой* (Сурков // Рус. репортер. 2012. № 4).

Для обозначения самости (индивидуальности, самобытности, исключительности) персонажа используются прилагательные в превосходной степени, указывающие на наличие у персонажа качества, проявляющегося в большей степени, чем у всех остальных, выражающие интенсивность проявления признака: *самый известный, самый влиятельный, самый важный* и др. Например: *Вы (Умберто Эко. — О. И.) один из самых влиятельных интеллектуалов Италии, а может, и всей Европы* (Кто ваш враг? // Рус. репортер. 2011. № 44).

Описание персонажа осуществляется и через указание на его экстраординарные поступки, действия, нетиповое поведение. Например:

Каддафи вновь сумел вывернуться из тисков судьбы и вытащил экономику страны из ямы. Он отступил, но остался прежним. Вынужденная «дружба» с Западом не изменила лукавого и экстравагантного полковника. Разъезжая по миру, он по-прежнему привозил с собой несколько сотен человек свиты. Его, как всегда, обхаживали четыре украинские медсестры, охранял легион амazonок-телохранителей, а принимающей стороне приходилось искать не только место для его бедуинского шатра, но и для пары верблюдиц, чье молоко подавали ему на завтрак (Заклинатель пустыни // Рус. репортер. 2011. № 8).

Как пишет Э. В. Чепкина, «экстравагантность поведения достаточно часто отражается в текстах СМИ как проявление хаоса, нарушения социального порядка, это популярное средство привлечения внимания аудитории на фоне штампов правдоподобия» [6, 143].

Сочетание практик конструирования тождественности («я, как и все») и практик конструирования самости («я, в отличие от всех») в портретных

медиатекстах позволяет привлечь и удержать внимание читателя, которого интересует, с одной стороны, то, что близко его жизни, соответствует его картине мира, с другой стороны — все необычное, уникальное. Поэтому даже самого уникального персонажа представляют так, чтобы в чем-то он выглядел для читателя «своим». Обычность персонажа, его близость читателю помогает создать контраст с его уникальностью, индивидуальностью.

- 
1. Енина Л. В., Чепкина Э. В. Самоидентификации журналиста в прямом эфире на радио // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 3 (78). С. 159–167.
  2. Колесниченко А. В. Практическая журналистика : учеб. пособие. М., 2010.
  3. Майданова Л. М., Чепкина Э. В. Медиатекст в идеологическом контексте. Екатеринбург, 2011.
  4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1999.
  5. Рикёр П. Я-сам как другой : пер. с франц. М., 2008.
  6. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000.

*Статья поступила в редакцию 10.05.2012 г.*

УДК 070.431:654 + 81'42 + 316.773.3

**Е. В. Каблуков**

## **ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ НОВОСТИ КАК СЛОЖНЫЙ ТЕКСТ МЕДИАДИСКУРСА**

Телевизионные новости рассматриваются как сложный текст медиадискурса. Показано, что ключевую роль в построении целостного, связного и отдельного текста телевизионных новостей играют два специфических механизма — сценарий и тексто-организующие реплики ведущего. Сценарий является воплощением авторского замысла редакции, а его реализация гарантирует целостность текста. Текстоорганизующие реплики ведущего обеспечивают развертывание текста в соответствии со сценарием, а также связность и отдельность текста.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** телевизионные новости, медиадискурс, текст.

В последние годы лингвисты с интересом исследуют текстовые образования, которые до этого не укладывались в традиционное представление о целостном речевом произведении. В качестве текстов рассматриваются и продукты устной речи, в том числе разговорные диалоги [1], и тексты сложной организации институционального дискурса, например проработка [4] или заседание [6].

---

КАБЛУКОВ Евгений Викторович — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: kablukov.usu@gmail.com).

© Каблуков Е. В., 2012

В настоящей работе мы исследуем такой феномен, как телевизионные новости, и покажем, что их речевое воплощение представляет собой сложный (составной) текст медиадискурса, обладающий специфическим механизмом текстообразования. Материалом для анализа служат наиболее актуальные на момент проведения исследования выпуски программы «Новости» Первого канала.

Понятие «текст» по-разному трактуется в современной лингвистической науке [обзор подходов см., например, в работах: 16–18]. Мы понимаем текст как продукт речевой деятельности, реализующий прагматическую установку и обладающий такими свойствами, как целостность, связность и отдельность [2, 11, 15], а потому рассматриваем исключительно вербальный компонент телевизионных новостей без учета его взаимодействия с так называемым «видеорядом» (визуальным компонентом). Вместе с тем для нас важны экстралингвистические факторы как составляющие дискурсивной практики, в рамках которой происходит образование данного текста. Отдельно отметим, что одним из системообразующих свойств медиадискурса является институциональность, которая существенным образом влияет на процесс порождения медиатекстов, в том числе текста телевизионных новостей. Именно институциональные правила определяют концепцию телевизионных новостей, процесс разработки и реализации сценария, а также устанавливают институциональную роль ведущего.

Итак, рассматриваемый нами текст — это сложное образование, сегментирующееся на композиционные блоки, каждый из которых соответствует одной новости и может включать в себя субтекст (один или несколько), обычно репортаж, обладающий высоким уровнем автосемантии, что позволяет рассматривать его в качестве относительно самостоятельного текста [3, 10]. Специфика такого субтекста заключается еще и в том, что он является результатом речевой деятельности другого автора, т. е. субъекта, отличного от ведущего новостей. Композиционный блок также может формироваться исключительно речью ведущего, который самостоятельно, без помощи репортеров знакомит аудиторию с той или иной новостью. Такие композиционные блоки обычно представляют собой информационные сообщения, сходные с газетной заметкой [12, 24–27]. Композиционный блок, включающий субтекст, формируется так называемыми «подводкой» и — реже — «отводкой» ведущего — композиционными фрагментами, предваряющими данный субтекст и следующими за ним.

### **Целостность текста телевизионных новостей**

Целостность текста является результатом воплощения в нем прагматической установки, которую также называют авторским замыслом [11, 8]. Прагматическая установка телевизионных новостей полностью отражает сущность журналистики как деятельности по «формированию и представлению информационных образов актуальности» [9, 8] и заключается в конструировании повестки дня. Экспликацией прагматической установки является сценарий программы.

Сценарий устанавливает набор предметов речи текста телевизионных новостей, тем самым определяя политетматический характер последнего [13, 129] и его композиционное членение на блоки. Темы программы специфическим образом организуют содержание композиционных блоков, определяя их смысловую структуру [11, 31]. Тема может раскрываться и за счет введения в композиционный блок субтекста, представляющего собой репортаж или текст иного журналистского жанра.

Следует подчеркнуть, что лишь вся совокупность тем, определенных сценарием, формирует целостную повестку дня и, следовательно, лишь совокупный текст телевизионных новостей можно считать целостным и завершенным речевым произведением, воплощающим замысел редакции.

Так, 3 мая 2012 г. вечерний выпуск новостей в соответствии со сценарием включал 18 композиционных блоков. Назовем некоторые из них, используя для этого первую фразу ведущего из соответствующего блока:

Новые государственные награды учреждены в России (*включает репортаж*);

Россия готова принять экс-премьера Украины Юлию Тимошенко на лечение;

Политики ряда европейских стран решили бойкотировать матчи Чемпионата Европы—2012;

На полигоне Мулино до выяснения причин взрыва приостановлены все работы по утилизации боеприпасов;

В Москве хирурги института имени Склифосовского прооперировали необычного пациента (*включает репортаж*).

Это текстоорганизующие реплики [7, 8], посредством которых ведущий называет и включает соответствующие композиционные блоки в текст, тем самым обеспечивая реализацию сценария телевизионных новостей.

Отметим, что основные темы могут анонсироваться и в начале программы, что, с одной стороны, создает эффект напряжения и привлекает внимание к просмотру выпуска, с другой стороны, позволяет составить представление об основных событиях дня за предельно короткое время и отказаться от дальнейшего просмотра новостей. Можно сказать, что так в сложном тексте телевизионных новостей воплощается блковость подачи информации, характерная для простых текстов, таких как заметка [12, 21].

Таким образом, сценарий обеспечивает сегментацию текста: он предусматривает членение телевизионных новостей на композиционные блоки, соответствующие отдельной новости. С другой стороны, сценарий обеспечивает интеграцию выделенных композиционных блоков, каждый из которых связан с прагматической установкой текста. Разворачивание текста в соответствии со сценарием обеспечивается за счет текстоорганизующих реплик ведущего. В результате реализации сценария образуется целостный текст телевизионных новостей, который характеризуется прагматическим, но не тематическим единством.

## Связность текста телевизионных новостей

Средства, обеспечивающие связность текста, достаточно полно исследованы в рамках отечественной лингвистики [11, 15, 17]. Однако в центре нашего внимания не совсем обычные тексты, а сложные политематические образования, включающие к тому же относительно самостоятельные субтексты. В связи с этим представляется целесообразным рассмотреть, как формируется связность композиционных блоков, соответствующих новостям, и связность субтекстов внутри сложного текста.

**Связность композиционных блоков**, т. е. новостей внутри программы, осуществляется посредством речевой деятельности ведущего. В некоторых случаях это происходит за счет использования текстоорганизующих реплик, которые представляют собой композиционные связки [14, 67–68].

Если между новостями нет содержательной связи, ведущий использует формальные композиционные связки: *Депутат Госдумы Андрей Луговой не причастен к смерти бывшего сотрудника ФСБ Александра Литвиненко...* Для перехода к следующим темам ведущий использует выделенную нами формальную связку: **К другим новостям. Долгой и трудной оказалась дорога домой для 18-летней Марины Барлуковой...** (25.04.2012).

Если содержательная связь между новостями существует, используются композиционные связки, эксплицирующие эту связь: *Сотни офицеров, ветеранов ВДВ, бывших афганцев и жителей столицы пришли сегодня в Культурный центр Вооруженных сил на Суворовской площади, чтобы проститься с Героем России Анатолием Лебедем...* Подводка к следующему сюжету начинается с фразы: **Другому герою – Великой Отечественной войны – спустя семь с лишним десятилетий поисковики смогли вернуть имя** (30.04.2012). Выделенное нами местоименное прилагательное, используемое в значении «второй, следующий», указывает на связь главного персонажа данной новости с главным персонажем предыдущего сюжета.

Но чаще всего ведущие телевизионных новостей Первого канала не используют ни формальных, ни содержательных композиционных связок. При этом новости могут быть связаны содержательно за счет тематической близости или общности персонажей, что подчеркивается лексически.

Рассмотрим пример: *В российских регионах новые губернаторы...* Далее рассказывается о вступлении в должность губернаторов Пермского края и Ярославской области, а также о предстоящем утверждении глав Бурятии и Ленинградской области. Затем ведущий переходит к следующей теме: *Первые выборы руководителей регионов по новому закону состоятся в стране 14 октября...* После включенного в текст выступления руководителя ЦИК Владимира Чурова ведущий переходит к следующей теме, для раскрытия которой используется и репортаж: *Сегодня во Франции день тишины перед президентскими выборами...* (05.05.2012). Несмотря на отсутствие композиционных связок между новостями, их тематическая близость очевидна, в том числе за счет используемой лексики. Первая и вторая темы предполагают использование общих лексем *губернатор, глава, руководитель, регион* и словосочетаний *вступить в должность,*

*наделить полномочиями.* Вторая и третья темы объединены активно используемой лексемой *выборы*.

Другой пример: *Сегодня Дмитрий Медведев официально принял предложение возглавить «Единую Россию»...* Следующая новость начинается со слов: *Дмитрий Медведев требует решительнее бороться с незаконной миграцией...* Далее следует еще один сюжет, персонажем которого является Дмитрий Медведев: *Сегодня Дмитрий Медведев встретился с заместителем премьера Госсовета КНР Ли Кэцзяном...* (26.04.2012). Так один персонаж объединяет три новости, обеспечивая их содержательную связность, в том числе за счет включения в текст первичных и вторичных номинаций данного персонажа.

Впрочем, соседствующие новости могут и не иметь содержательных связей: *Западная Украина вновь пошла в атаку на памятники. Еще в одном городе националисты решили сравнять с землей мемориал советским солдатам. <...> Те, кто лишился крови в результате сильнейшего пожара в поселке Тыгда Амурской области, к осени получат новое жилье...* (21.04.2012); *Дело о расстреле в 40-м году польских офицеров под Катынью не имеет основания для повторного расследования. <...> Перспективы развития промышленности в Татарстане, внедрения там инновационных технологий обсудил Дмитрий Медведев на встрече с главой республики...* (16.04.2012). Однако и в этом случае между новостями существует формальная связность, которая является результатом речевой деятельности ведущего, интегрирующего все новости вокруг себя как отправителя речи. Получается, что новости не связаны между собой, но все они связаны с одним рассказчиком и с одним коммуникативным событием и таким образом включены в текст телевизионных новостей.

**Связность субтекстов** с их текстовым окружением обеспечивается, прежде всего, за счет содержательной связи и текстоорганизующих реплик ведущего:

**Ведущий:** Суд в Брянске сегодня приговорил к четырем годам лишения свободы автовладелицу, которая осенью прошлого года сбила на пешеходном переходе женщину с 3-летней дочкой. <...> **Репортаж Марии Торлоповой.**

**Репортер:** Последнее слово Ирины Добржанская. <...> Мария Торлопова, Антон Ефремов, Василий Филаретов, Дмитрий Матюшин, Первый канал, Брянск (20.04.2012).

Подводка всегда имеет непосредственную содержательную связь с субтекстом репортажа. Кроме того, в подводке присутствует выделенная нами текстоорганизующая реплика, которая показывает реципиенту, какой именно субтекст за ней последует. Концовка репортажа тоже типична. Это перечисление авторов сюжета, которое свидетельствует о его завершении. Аналогично в текст телевизионных новостей вводятся выступления репортеров в прямом эфире:

**Ведущий:** Сразу две акции сегодня проходят в Москве. На Поклонную гору съехались люди из разных городов, чтобы отпраздновать годовщину создания Общероссийского народного фронта. <...> Ну а несистемная оппозиция проводит так называемый «Марш миллионов» — шествие от Калужской площади до Болотной, где запланирован митинг. <...> В этих двух точках Москвы работают съемочные группы Первого канала. Сейчас на прямой связи со студией Поклонная гора и наш корреспондент Алексей Петров. **Здравствуйте, Алексей! Что происходит у вас и сколько людей уже пришли на акцию Общероссийского народного фронта?**

Репортер 1: Да, Валерия, здравствуйте! Людей на Поклонной горе уже очень много. <...> **Валерия!**

Ведущий: **Спасибо! Алексей Петров следит за событиями на Поклонной горе.** Теперь Болотная площадь, где собрались представители несистемной оппозиции. <...> **Что происходит, узнаем у Дмитрия Кочеткова. Он в прямом эфире. Дмитрий, вам слово!**

Репортер 2: Эту акцию протеста называют «Марш миллионов», но даже сами оппозиционеры не верили, что удастся собрать столько людей. <...> **Валерия!**

Ведущий: **Спасибо! Дмитрий Кочетков работает на Болотной площади, где проходит митинг оппозиции** (07.05.2012).

Подводка ведущего вновь обеспечивает содержательную связь с репортажами. Присутствуют и текстоорганизующие реплики, обеспечивающие переход к репортажам (подводки): они сообщают репортерам о том, что те могут перейти на позицию отправителя речи. В то же время репортеры сигнализируют об окончании репортажа. Таким сигналом служит произнесенное в конце имени ведущего. После чего ведущий, используя текстоорганизующие реплики (отводки), возвращает речевую инициативу и обеспечивает переход к последующим элементам текста. Таким образом, субтексты репортажей оказываются включенными в коммуникативную рамку, формируемую репликами ведущего, которые обеспечивают как формальную, так и содержательную связь субтекстов с их текстовым окружением.

### **Отдельность текста телевизионных новостей**

Текст, рассматриваемый как продукт речевой деятельности (т. е. как предмет), обладает универсальным свойством всякого предмета — ограниченностью от других предметов. В связи с этим мы рассмотрим физические границы текста телевизионных новостей, которые определяются формальными сигналами ограниченности от других продуктов речевой деятельности. Такими сигналами являются текстоорганизующие реплики ведущего, оформляющие начало и концовку текста телевизионных новостей. Используя терминологию Б. М. Гаспарова, можно сказать, что эти реплики представляют собой «рамку», в которую заключен текст [3, 324]. Отметим, что лишь ведущий может начать и закончить программу, а значит, и соответствующий текст. Это связано с особым институциональным статусом ведущего, который в рамках данного коммуникативного события обладает определенными властными полномочиями.

Вступительную часть текста можно обозначить как фон к цели сообщения (текста), который заканчивается тогда, когда цель данного текста становится очевидной [11, 143]. Вот стандартное начало текста телевизионных новостей, оформленное текстоорганизующими репликами ведущего: *Здравствуйте! В эфире новости* (утренний выпуск, 10.05.2012). Или: *Здравствуйте! В эфире вечерние новости. В студии Анатолий Лазарев. И мы готовы рассказать вам о главных событиях дня* (вечерний выпуск, 08.05.2012).

Концовка текста телевизионных новостей — это заключительная часть, не связанная с реализацией цели данного текста. Концовка оформляется текстоорганизующими репликами ведущего, который завершает программу и прощается

с аудиторией, тем самым обозначая окончание соответствующего текста: *И на этом пока все. До скорой встречи!* (утренний выпуск, 10.05.2012). Другой пример: *На этом наш выпуск подошел к концу. Это были вечерние новости на Первом канале. Спасибо, что вы с нами! До встречи!* (вечерний выпуск, 08.05.2012).

Мы видим, что все темы, предусмотренные сценарием, исчерпаны, а значит, прагматическая установка текста реализована. В связи с этим ведущий завершает программу и соответствующий текст, используя текстоорганизующие реплики.

## **Выводы**

Особую роль в построении целостного, связного и отдельного текста телевизионных новостей играют два специфических механизма — сценарий и текстоорганизующие реплики ведущего. Сценарий воплощает авторский замысел редакции и может быть реализован с помощью текстоорганизующих реплик ведущего, что гарантирует целостность сложного текста телевизионных новостей. Кроме того, текстоорганизующие реплики ведущего обеспечивают содержательную и формальную связность, а также отдельность этого сложного образования.

Как показывают наши исследования, названные механизмы задействованы в процессе образования других сложных текстов медиадискурса, например, текстов ток-шоу [7]. Более того, эти механизмы являются универсальными для сложных текстов различных институциональных дискурсов, в том числе дискурса политического, в рамках которого образуются сложные тексты парламентских пленарных заседаний [6, 8].

- 
1. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика. Екатеринбург, 2001.
  2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
  3. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996.
  4. Данилов С. Ю. Речевой жанр проработки в тоталитарной культуре : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2001.
  5. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: проблемы семиосоциопсихологии. М., 1984.
  6. Каблуков Е. В. Парламент глазами лингвиста. Saarbrucken, 2010.
  7. Каблуков Е. В. Сложный диалогический текст медиадискурса как объект лингвистического исследования // Современный русский язык: динамика и функционирование. Волгоград, 2009. С. 32–38.
  8. Каблуков Е. В. Специфика образования сложных текстов институционального дискурса // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Орел, 2008. С. 109–117.
  9. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М., 2005.
  10. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Екатеринбург, 2004.
  11. Майданова Л. М. Структура и композиция газетного текста. Красноярск, 1987.
  12. Майданова Л. М., Калганова С. О. Практическая стилистика жанров СМИ. Екатеринбург, 2006.

13. Матвеева Т. В. Непринужденный диалог как текст // Человек – Текст – Культура. Екатеринбург, 1994. С. 125–140.
14. Матвеева Т. В. Риторический практикум журналиста. М., 2007.
15. Мурзин Л. Н., Штерн А. С. Текст и его восприятие. Свердловск, 1991.
16. Прохоров Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс. М., 2006.
17. Филиппов К. А. Лингвистика текста. СПб., 2003.
18. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000.

*Статья поступила в редакцию 10.05.2012 г.*

УДК 070(091) + 316.73

**И. В. Малахеев**

## **БЫТЬ ЛЕТОПИСЦЕМ СОВРЕМЕННОСТИ**

Рассматриваются вопросы преемственности традиций отечественной журналистики (от древних летописцев до современных публицистов), а также ее особая миссия как части национальной культуры и защитницы интересов народа.

Ключевые слова: журналистика, литература, летописец, Россия, история, миссия, культура, товар, рынок, общество.

Председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов в интервью «Парламентской газете», говоря о начале своей творческой биографии, сообщает: «...в Магадане я очень много работал... И именно эти обстоятельства меня “построили”. Я занимался и радио, у меня была утренняя, раз в неделю, программа на телевидении... Именно в Магадане смог познать, что такое журналистика, и с тех пор меня никто не сбьет с толку в этой профессии, особенно в нашей стране, где газета всегда помогала простому человеку. Даже в СССР прессы имела оппозиционную нишу! И власти это поощряли, хотя и в разумных пределах...» [2].

Ветеранов журналистики, думается, радует признание авторитетного коллеги. К примеру, автор этих строк, сознательно выбрав профессию и окончив в 1969 г. факультет журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького, до конца века занимался практической журналистикой — деятельностью во благо общества. Одной из важнейших особенностей этой деятельности (созидательной ее составляющей) была посвящена статья «Уральская школа журналистики: миф или реальность» [5, 12–25].

Сегодня можно сколько угодно говорить о том, что от имени народа и государства действовала партийная номенклатура, что жизнь страны освящалась прессой через призму господствующей идеологии, что никакой журналистики

без «истинной» свободы быть не может... Все это только слова. И они применимы, в той или иной степени, ко многим странам, в том числе и к современной России. Но советская журналистика, как и советская эпоха, закрепилась в отечественной истории не словами, а такими величайшими достижениями народа, которые поставили СССР в число лидеров по социальной защищенности своих граждан и второй (после США) — по экономическому и оборонному могуществу. Достижения в образовании, культуре, здравоохранении, науке и технике, мощный производственный и ресурсный потенциал советского времени до сих пор являются социально-экономическим фундаментом существования России, поставленной 20 лет назад на путь реставрации капитализма.

Апеллируя горькими частностями, спекулируя трагедийными фактами, критики социалистического прошлого не усматривают мирового исторического контекста, в котором существовал СССР, не проявляют желания обнаружить сущностное для нации — то, что Россия в XX в., несмотря ни на что, осталась верна вектору, целям, нравственным основам своего исторического развития. И чем дальше она отходила от принципов «до основания, а затем», «революционной целесообразности», тем явственнее проступали черты преемственности поколений и веков. Настоящее воспринималось как закономерное, неизбежное продолжение исторической судьбы народа. И авторов лучших образцов журналистики, как и советской литературы, отличало эпическое миропонимание. Взять хотя бы А. А Аграновского с его очерками, вошедшими в книгу «Своего дела мастер» [1].

В отличие от советского искусства, которое провозглашалось национальным по форме и социалистическим по содержанию, жизнь самого народа была социалистической по форме, а по нравственному содержанию — национальной: в основном такой же, как в Древней Руси и досоциалистической России. Сердцевиной этого содержания были забота о процветании Отечества, труд, как дело чести, совести и геройства, семья, как ячейка общества — своеобразный кирпич в здании государства, четкое разделение понятий добра и зла, пользы и вреда, превосходство коллективного интереса над эгоистическим личностным и т. д. Отражением и развитием этих содержательных начал и занимались советские журналисты. Не случайно их называли летописцами. Они были призваны писать историю современности, и писать ее так, чтобы приносить максимальную пользу народу-созидателю и своей стране.

В четырехтомном словаре русского языка [11, 2, 179] понятие «летописец» «расшифровывается» как составитель летописи; лицо, регулярно ведущее описание современных ему событий. Летопись: в Древней Руси — погодная запись исторических событий, происходящих в стране, городе, местности; всякая регулярная запись событий, дневник, хроника; совокупность, собрание каких-либо записей, произведений, снимков, кинолент и т. п., в которых нашли отражение отдельные моменты развития.

Обратимся к характеристике деятельности первых летописцев, данной выдающимся исследователем древнерусской и средневековой литературы академиком Д. С. Лихачевым: «Первые летописцы не просто записывали события, свидетелями которых они были, — они восстанавливали древнейшие события

русской истории по самым разнообразным, письменным и устным, источникам. Они были своеобразными исследователями, взвешивали различные версии одного и того же события... Восстанавливая ход русской истории, летописцы стремились связать эту историю Руси с историей мировой, понять ее как часть всемирной истории, выяснить происхождение славян и отдельных восточнославянских племен. С педагогической ясностью описывает летописец географическое положение Руси, начиная свое описание с водораздела Волги, Днепра, Западной Двины и, следуя их течению, в какое море каждая из этих рек впадает и в какие страны можно поплыть по каждому из морей» [4, 27].

Но летопись не бесстрастна, целью ее является не механическая фиксация событий текущих лет. Как ласточка с помощью слоны «склеивает» свое гнездо, так и церковные летописцы, движимые любовью к родной земле, сыновней заботой о ее настоящем и будущем, чистые перед Богом, отбирали в истории и современности для своих трудов те факты и события, которые могут послужить богоугодным примером отношения к Отечеству, и крепили слово к слову кровью своего сердца. На лучших образцах служения народу основываются их тексты, на осуждении всего того, что противно и вредно интересам государства, что ослабляло его единство и могущество. Древняя и средневековая литература, как и вся отечественная культура, развивались в веках, включая и советский период, по закону преемственности, и составляют единое живое целое. Это в полной мере относится к журналистике, ее историческому развитию.

Ключом к пониманию того, что «любовью к отеческим гробам» изначально определяется благодать в сегодняшней и завтрашней стране, может служить представление о времени в Киевской Руси, на что обратил внимание Д. С. Лихачев: «Мы воспринимаем прошлое как нечто находящееся позади нас, а будущее — как находящееся перед нами. Древнерусские представления о времени исключили нас самих из восприятия времени. Прошлое находится впереди какого-то причинно-следственного ряда, настоящее и будущее — в конце его, позади. “Передние князья” — это давние первые князья. “Задник” — события последние. Поэтому “переднее” прошлое было и самым важным, как начало событийного ряда, как его объяснение, первоисточник. От этого и “внуки” казались только наследниками славы и политики своих дедов и прадедов. Они могли наследовать “путь” дедов или растерять их наследство и, как следствие, лишиться славы дедов» [Там же, 46]. Так, прокладывая маршрут, мы постоянно сверяем его правильность (прямоту) по первой вешке.

Древняя и средневековая литература Руси исторична и документальна, она во многом и есть журналистика. «Вымысел, — пишет Д. С. Лихачев, — был крайне ограничен в древнерусской литературе, и литература прымкала к действительности и оформляла ее. Единство тем в литературе определялось самой действительностью, из которой эти темы черпались... Литература претендовала говорить только о том, что существует или существовало. Вымышленные герои отсутствовали в древней литературе. Если в литературе и рассказывалось о чудесах и явно не могущих произойти событиях, то авторы выдавали их за действительность, а читатели обязаны были им верить. Вымышленная

тема в принципе замкнута в себе, но когда литература претендует говорить только о действительном, называть только исторически существовавшие факты и рассказывать только о действительно живших героях, то в такой литературе нет замкнутости сюжетов. Эта литература единая единством человеческой истории. Тем самым создается реальная почва для ансамблевого строения литературных произведений этого времени» [4, 50].

Естественно, соответствуют характеру древней литературы и образы ее творцов. Один из виднейших их представителей — летописец Пимен изображен А. С. Пушкиным в трагедии «Борис Годунов». Сам поэт в «Письме к издателю „Московского вестника“» так характеризует своего героя: «Вы читали в первой книге „Московского вестника“ отрывок из „Бориса Годунова“, сцену летописца. Характер Пимена не есть мое изобретение. В нем собрал я черты, пленившие меня в наших старых летописях: простодушие, умильтельная кротость, нечто младенческое и вместе с тем мудрое, усердие, можно сказать набожное, к власти царя, данной им богом, совершенное отсутствие суетности, пристрастия — дышат в сих драгоценных памятниках времен давно минувших... Мне казалось, что сей характер все вместе нов и знаком для русского сердца; что трогательное добродушие древних летописцев, столь живо постигнутое Карамзиным и отраженное в его бессмертном создании, украсит простоту моих стихов...» [7, 51–53].

Примечательно то, что в начале этого письма А. С. Пушкин, размышляя о переменчивости литературной моды, задается вопросом: «Обряды и формы должны ли суеверно поглощать литературную совесть? Зачем писателю не повиноваться принятым обычаям словесности своего народа, как он повинуется законам своего языка. Он должен владеть своим предметом, несмотря на затруднительность правил, как он обязан владеть языком, несмотря на грамматические оковы» [Там же, 51].

Как точно эти доводы соотносятся с деятельностью летописца! Журналистика — область словесности, в основе которой — авторская совесть. Поэтому мы с полным правом можем отнести к ней замечание великого поэта.

Вполне согласуется с образом летописца представление А. С. Пушкина о журналисте. В статье «Обозрение обозрений» он пишет: «Сословие журналистов есть рассадник людей государственных — они знают это и, собираясь овладеть общим мнением, они страшатся унижать себя в глазах публики недобросовестностью, перметчивостью, корыстолюбием или наглостью» [8, 161].

В письме шефу корпуса жандармов графу А. Х. Бенкendorфу А. С. Пушкин сообщает: «С радостью взялся бы я за редакцию политического и литературного журнала, т. е. такого, в коем печатались бы политические и заграничные новости. Около него соединил бы я писателей с дарованиями и, таким образом, приблизил бы к правительству людей полезных, которые все еще дичатся, напрасно полагая его неприязненным к просвещению» [9, 499].

Как видим, Пушкиным двигало стремление принести максимальную пользу Отечеству, ему мало было поэтического, писательского вклада, он понимал, что журналистика в конкретной ситуации более результативна и действенна для улучшения нравов и общественного устройства. Поэт был велик и в журналис-

тике, эстафету которой приняли у него и продолжили в XIX – XX вв. выдающиеся его последователи – блистательные писатели, публицисты, поэты.

В свете принципов и устремлений российского гения поучительны его мечтания как журналиста и издателя-редактора. Государственник, христианин, он пытался учредить и «раскрутить» в соответствии со своими представлениями то одно, то другое периодическое издание. Одна из многочисленных попыток ему удалась: был учрежден журнал «Современник», с которым Пушкин связывал и личные финансовые интересы. Известно, что им было выпущено четыре номера, которые не окупили затрат. В то же время такие издания, как «Северная пчела», «Сын отечества», «Северный архив», принадлежавшие Ф. В. Булгарину и Н. И. Гречу, которые являлись, по современным представлениям, информационным рыночным товаром и, естественно, привлекали потребительскую рекламу, не только окупались, но и приносили прибыль. С одной стороны, Пушкин признавал, что литература является «торговым предприятием» [10, 321] – по принципу: «не продается вдохновенье, но можно рукопись продать». С другой стороны, не являясь pragmatиком-рыночником, он, несмотря на все усилия, не смог составить коммерческую конкуренцию «продажным» изданиям Ф. В. Булгарина и Н. И. Гречи. Тем более что эти издатели контролировали розничную сеть, имели покровительство в правительственные кругах, в которых уже воспринимались законы рынка: все продается, все покупается, вопрос только в цене.

Редакционно-издательская деятельность Булгарина и Гречи возмущала российского гения тем, что цели финансового благополучия достигаются негодными, безнравственными средствами. А ведь это родовая черта «свободного рынка». Противоречия, с которым столкнулся великий поэт, испытывают многие честные журналисты и современной России. Как «сословие людей государственных», они готовы трудиться, чтобы продавать рукописи (продукты добросовестного честного труда) с пользой для себя и общества. Но вот беда: коммерческий успех на рынке имеет преимущественно тот, кто озабочен сугубо собственным интересом (личной прибылью). К тому же чтение глубоких по содержанию изданий – серьезный умственный труд, который чужд потребительскому сознанию. И двум «господам» – капиталу и Отечеству рынок не служит. Он всегда «отрегулирован» в свою пользу. Выгодно продать – единственная цель торговца, продать все, за что могут много заплатить. Продать даже то, что запрещено, если есть шанс уйти от наказания. То, что Пушкина возмущало в деятельности Булгарина и Гречи, является нормой рыночных отношений и практикой большинства современных СМИ.

Контрастом рыночным СМИ сегодня выступает религиозная журналистика, прежде всего православная, продолжающая традиции русской журналистики. Об этом мы писали в статье «Светский и церковный варианты информационной политики» [6, 211–222]. В православной журналистике есть понимание несовместимости паразитизма, ростовщичества со служением Богу и своей стране, гибельности для России насаждающейся идеологии безудержного потребления.

Если мы по примеру своих предков из Киевской Руси вперед поставим «ранних князей», то, думается, не ошибемся в своем будущем. Время круто

меняет формы, в том числе и формы государственного правления, но национальное, духовно-нравственное содержание и вектор народной жизни — величины постоянные, подтверждением чему служит испытание русского «материала» многовековым монгольским игом и захватническими войнами.

Закончить данную статью также хочется цитированием председателя Союза журналистов России Всеволода Богданова. В интервью газете «Новые известия», по итогам XII фестиваля журналистики в Дагомысе, на вопрос: «Главной темой фестиваля был поиск “формулы доверия” между прессой и обществом. Вы нашли эту формулу?» — лидер российских журналистов ответствовал: «Да. И в этом нам помог наш великий абхазский писатель Фазиль Искандер. Мы взяли эпиграф к лекции, которую он прочитал в Международном университете. Речь идет о совести, о том, что побеждает всегда совестливый. И хотя каждый вынужден заботиться о себе, о благополучии семьи, думать, чтобы выжил его СМИ, но еще есть долг. Ведь наша профессия — особая, от нее зависит здоровье общества и государства» [3].

Таким образом, мы вновь возвращаемся к вековым христианским добродетелям — к совести, ответственности перед обществом; к тому, что с древних времен определяло смысл и суть развития русского мира, в том числе и русской литературы, составной частью которой является журналистика; к тому, что определяло содержание, в общем и целом, советской журналистики. Из песни слов не выкинуть: культура народа, как и его история, — один живой неразрывный процесс, как человеческая жизнь. Можно сказать, не боясь ошибиться, что культура народа — это квинтэссенция его истории, самое близкое приближение к исторической истине. Поэтому так велика ответственность журналистов, особенно в современных российских условиях — сплошной «модернизации» жизни общества.

- 
1. Аграновский А. А. Своего дела мастер: заметки писателя. М., 1980.
  2. Богданов В. Л. Журналистика без сопереживания — это бытописание // Парламент. газ. 2008. № 18–19.
  3. Богданов В. Л. Свободу журналист определяет для себя сам // Нов. изв. 2007. 16 окт.
  4. Лихачев Д. С. Введение к чтению памятников древнерусской литературы. М., 2004. С. 27–50.
  5. Малахеев И. В. Уральская школа журналистики: миф или реальность // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1. 2006. № 40, вып. 19. С. 12–25.
  6. Малахеев И. В. Светский и церковный варианты информационной политики // Профессиональная культура как фактор информационной безопасности. Екатеринбург, 2008. С. 211–222.
  7. Пушкин А. С. Письмо к издателю «Московского вестника» // Полн. собр. соч. : в 10 т. Л., 1978. Т. 7. С. 51–53.
  8. Пушкин А. С. Обозрение обозрений // Там же. С. 161.
  9. Пушкин А. С. Письмо к А. Х. Бенкendorфу // Там же. Т. 10. С. 499.
  10. Пушкин А. С. Письмо к М. Н. Погодину от 11 июня 1832 г. // Там же. С. 321.
  11. Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. 2-е изд., испр. и доп. М., 1983.

УДК 070(470.5–25) + 316.73(470.5–25)

Е. Ю. Дуреко

## МЕДИАКОНЦЕПТ «ЕКАТЕРИНБУРГ — СТОЛИЦА» И ЕГО ВАРЬИРОВАНИЕ В ЖУРНАЛИСТСКОМ ДИСКУРСЕ

Рассматривается варьирование медиаконцепта «Екатеринбург — столица» в журналистском дискурсе. Медиаконцепт — относительно новый термин, основной сферой его бытования является коммуникативное пространство СМИ. На примере медиаконцепта «Екатеринбург — столица» выявлены варианты концепта, возникшие в результате взаимодействия журналистского и политического дискурсов. Прослеживается динамика актуальных смыслов в структуре медиаконцепта и его вариантов, обусловленная сменой хронотопа и стратегиями позиционирования региона.

**Ключевые слова:** концепт, варьирование концепта, медиаконцепт, столица Уральской республики, столица Урала, третья столица, столица Евразии.

Формирование имиджа той или иной территории, «историческая жизнь места (локуса) сопровождается непрерывным процессом символизации» [1, 11]. Сетка семантических констант постепенно закрепляется в фольклоре, топонимике, исторических повествованиях, художественной литературе. Становясь доминирующими категориями описания места, эти константы формируют локальный текст культуры, «определяющий наше восприятие и видение места, отношение к нему» [Там же, 12].

К числу таких констант относятся концепты, под которыми мы понимаем «оперативную содержательную единицу памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [8, 90].

Структуру концепта можно представить как поле, в центре которого основное понятие — ядро, в котором находится «прототипическая единица универсального предметного кода» [13, 64]. Вокруг ядра формируются базовые слои, расположенные в последовательности от более абстрактных к менее абстрактным. На периферии располагается интерпретационное поле концепта.

Концепты характеризуют бытие во всей его полноте, от общедного состояния, обыденных мыслительных операций, до выхода на смыслоопределяющие ориентиры поведения. По словам Ю. С. Степанова, концепты «не только мыслятся, они переживаются» [17, 41].

Концепт принадлежит к ментальной сфере, однако выявить смыслы, наполняющие его базовые слои, мы можем по их репрезентантам. Концепт не существует в застывшем виде, а постоянно реализуется в речевой практике, в потоке вербализации определенных ментальностей, т. е. в дискурсе. Дискурс может быть рассмотрен как ситуация общения посредством текста, при

---

ДУРЕКО Елена Юрьевна — руководитель проектов Издательско-полиграфического холдинга «АМБ» (Екатеринбург), соискатель степени кандидата филологических наук (e-mail: dureko@mail.ru).

этом акцентируются параметры общения (ситуативно-ориентированный подход) и позиционирование в процессе общения (субъектно-ориентированный подход).

Как пишет В. И. Карасик, в первом случае мы обращаем внимание на «прагмалингвистические характеристики дискурса, из которых важнейшей является коммуникативная тональность (как осуществляется общение), во втором случае на первый план выходят социолингвистические характеристики дискурса (кто осуществляет общение)» [7, 294]. Поскольку коммуникативное поведение коллективно, в одной речевой ситуации могут существовать разные типы дискурсов. Дискурс по своей природе неоднороден. О. Ф. Русакова и В. М. Русаков рассматривают структуру дискурса как «фрактальную, телескопическую, организованную по принципу вложенности одних компонентов в другие» [14, 22]. На разных этапах развертывания дискурса в нем задействованы различные коммуникаторы, реализующие в текстах разнообразные речеповеденческие тактики и различные варианты концепта.

Концепт как конструкт сознания ассилируется к различным культурам, вбирает в себя окружающую действительность и варьируется, подчиняясь меняющимся внешним условиям. Проблемы вариативности достаточно полно освещены относительно языковых единиц. Э. В. Кузнецова считает отношения вариантности «универсальными для системы языка в целом и органически связанными со всеми видами системных отношений» [9, 100] в языке. Явление вариативности единиц языка обусловлено двумя факторами: «а) существованием каждой единицы в виде некоторого класса и б) использованием в речи всегда одного представителя класса» [16, 212]. Речевая реализация единиц языка обычно характеризуется «достаточно широким диапазоном вариативности, при которой формально различающиеся речевые сегменты (единицы речи) признаются материальным воплощением одной и той же единицы языка» [3, 77]. Применительно к концепту это может означать то, что в процессе своей актуализации он будет сохранять прототипическое ядро, меняя свою периферию, интерпретационные смыслы.

Проблема вариативности концепта в той или иной степени затрагивалась различными исследователями. Существует разграничение на когнитивные, не имеющие культурной специфики, и лингвокультурные концепты. З. Д. Попова и И. А. Стернин приводят несколько типов когнитивных концептов: представление, схема, понятие, фрейм, сценарий, гештальт. Лингвокультурные концепты, под которыми понимаются основные категории культуры, подробно описаны в словаре констант Ю. С. Степанова. Как можно заметить, в основе такого деления лежит тип сознания – общечеловеческий и культурно-исторический.

Вариативность концепта может быть обусловлена не только типом сознания, но и типом дискурса. Современные исследователи выделяют новый тип концепта – медиаконцепт. По словам О. В. Орловой, медиаконцепты «инициированы массмедиа, “обитают” в коммуникативном пространстве СМИ, имеют ограниченный утилитарно-практическими и социально-политическими факторами жизненный цикл, а также, фокусируя и определяя актуальные социокультурные тенденции развития общественного сознания определенной

эпохи, как правило, не несут и не транслируют “вертикальных” исторических и культуроусловленных коннотаций. В современной томской медиасфере можно выделить такие яркие концептуальные доминанты, как интеллектуальная столица Сибири, инновационный центр, нефть» [2, 5]. Из приведенных рассуждений следует, что отличительной особенностью медиаконцептов является, во-первых, то, что они бытуют в медиатексте, в медиадискурсе, во-вторых, то, что они определяют и фокусируют актуальные социокультурные тенденции.

В последние годы в политическом и журналистском дискурсах актуализировалось представление о столице. Лексикографическая практика закрепила за лексемой *столица* основное значение — «главный город государства, место пребывания правительства, правительственные учреждений» [11, 768]; а также переносное, метафорическое толкование со стилистической коннотацией — «*публиц*. О городе, являющемся центром чего-либо (области, края, место сре-доточения чего-либо). *Столица Сибири, столица войска Донского, автомобильная столица страны*» [5, 1272].

Именно второй, метафорический концепт стал текстопорождающей структурой, актуализирующей значимые для социума смыслы. В словаре перифраз А. Б. Новикова, основанном на материале газетной публицистики, в статье на лексему «столица» приводится 22 выражения, среди которых «столица Беломорья (г. Архангельск), столица газовиков (г. Новый Уренгой), столица Дона (г. Ростов-на-Дону), столица курортов (г. Сочи), столица Приморья (г. Владивосток), столица Сибири (г. Новосибирск), столица Урала (г. Екатеринбург), культурная, северная, трамвайная столица (г. Санкт-Петербург), самоварная столица (г. Тула), текстильная столица (г. Иваново), южная столица (г. Ростов-на-Дону)» [10, 232–237].

Появление этих повторных номинаций обусловлено кардинальными переменами в жизни российского общества. Это отражение закономерных процессов формирования региональной идентичности, которые с различной интенсивностью происходили по всей стране. Толчком к началу этих процессов послужили политические изменения — развал СССР и возникновение нового государства, где все, в том числе и территории, нуждалось в переосмыслении. Как пишет А. С. Панарин, «перед новыми агентами — регионами, появившимися в результате распада старой системы, стала проблема самоидентификации субъекта политики и его дальнейшей презентации в информационном пространстве» [12, 204].

Чтобы включиться в новые информационные потоки, многие территории и населенные пункты должны были пройти через процесс «повторной образной номинации, становления нового имиджа» [4, 41]. Под имиджем региона мы понимаем некоторый «набор признаков и характеристик, которые на эмоционально-психологическом уровне ассоциируются у широкой общественности с конкретной территорией» [6, 16].

Геобрендинг территории в России идет по нескольким смысловым линиям. Прежде всего, это позиционирование относительно двух признанных столиц — Москвы и Санкт-Петербурга. Показательными в этом плане стали номинации

*трети столицы*, которые активно приписывали себе города-миллионники. Наряду с этим в медиа- и властном дискурсах активно используются аксиологически отмеченные номинации, привязанные обычно к локусу или к доминантной характеристике города: *Ростов-на-Дону — южная столица России; Тюмень — нефтегазовая столица; Тула — оружейная столица России; Томск — университетская столица*. Причем подобные перифразы в медийном дискурсе в настоящее время начинают превалировать, поскольку для самосознания жителей регионов важно отделиться от политических центров России.

Дискурс СМИ специфичен, так как в нем задействованы различные субъекты, выступающие в роли коммуникаторов или информационных источников, комментирующих текущие события. В силу неоднородности дискурса в качестве его субъектов могут выступать журналисты, представители власти, деятели культуры и др.

В медиадискурсе представление о Екатеринбурге как о столице и концепт «столица» являются актуальными. Именно в массмедиа в начале 90-х гг. началось активное продуцирование смыслов, связанных со «столичностью» города.

Процессы, направленные на поиск путей, способных сообщить городу Екатеринбургу необходимую идентичность, привели к актуализации в дискурсе СМИ смысловых направлений «Екатеринбург — столица Уральской республики», «Екатеринбург — третья столица», «столица Урала» и «столица Евразии». Причем варианты медиаконцепта «столица» имеют достаточно четко фиксированный хронотоп.

Первый вариант медиаконцепта «Екатеринбург — столица» — «Екатеринбург — столица Уральской республики» активно разрабатывался в журналистском дискурсе в первой половине 90-х гг. прошлого столетия. Процессы, направленные на поиск путей, способных сообщить городу Екатеринбургу необходимую идентичность, изначально были инициированы представителями власти. В 90-е гг. тогдашний губернатор Э. Э. Россель со своей командой активно продвигал идею создания «Уральской республики». Александр Левин, руководитель администрации Э. Э. Росселя, один из авторов идеи создания Уральской республики, в интервью РИА «ФедералПресс» от 30 октября 2003 г. рассказывает о сути этого проекта:

Идея республики изначально предполагала включение нескольких субъектов Федерации в рамках ассоциации «Большой Урал». Эта идея была экономически обоснована: получался субъект, который был бы самодостаточным не только в рамках промышленности, но и имевший возможность прокормить сам себя. Идея республики — это идея равных субъектов Федерации.

У Уральской республики была своя конституция, по принятии которой был проведен референдум, были и собственные деньги — уральские франки. Софья Демидова на своей странице в «Живом журнале» подробно описала то, как она рисовала деньги Уральской республики:

Ко мне обратился молодой предприниматель из окружения губернатора с предложением сделать эскизы... новых уральских денег. Заказ показался фантастичным, мало верилось в возможность его реализации, но я согласилась. Название «уральские фран-

ки» еще не было окончательным. Начала я с эскиза т. н. «именной акции», но скоро задача была сформулирована четко — сделать 8 городских зарисовок по числу номинаций: 1, 5, 10, 20, 50, 100, 500, 1000 «уральских франков». Срок был жесткий — 2 недели ([Электронный ресурс]. URL: <http://sophia-demidova.livejournal.com> от 21.11.2011).

Инициатива местной власти по созданию Уральской республики была воспринята руководством страны как попытка переворота, беззакония, сепаратизма, суверенизации, и в итоге 9 ноября 1993 г. вышел первый указ Президента России о роспуске большого областного совета, а 10 ноября 1993 г. указ о снятии главы администрации. Таким образом, время бытования медиаконцепта «Екатеринбург — столица Уральской республики» насчитывает не более трех лет.

Смыслы, связанные с главенствующим положением Уральского региона, Свердловской области и Екатеринбурга, порожденные неудачной попыткой создания Уральской республики, не ушли из медиапространства. Представление о Екатеринбурге как о городе, способном занимать лидирующее положение не только на государственном, но и на международном уровне, по-прежнему оставалось актуальным для массмедиа. В дискурсе СМИ появились смысловые направления, связанные с доминирующим положением Екатеринбурга по сравнению с другими городами, что выражалось в ключевых словах «Екатеринбург — третья столица России», «столица Урала» и «столица Евразии».

Временные рамки бытования медиаконцепта «Екатеринбург — третья столица» охватывают период с середины 90-х гг. XX в. и до 2009 г. Мишарин о «третьих столицах» прочно вошел в менталитет жителей крупных городов и продолжает оставаться актуальным для дискурса власти. Как пишет Е. Г. Соболева, «мифологический дискурс “Екатеринбург — третья столица” в своей психологической основе имеет (и повторяет) ту же самую игровую ситуацию: стремление жить не просто в большом провинциальном городе, каких много в России, а в особом, “столичном” городе, где все “как бы” в столице» [15, 98].

Со временем позиционирование городов-миллионников относительно столицы государства потеряло свою значимость для политической элиты, однако ключевое понятие «третья столица» продолжает существовать в журналистском дискурсе в силу своей яркой аксиологичности. Несмотря на то что за Екатеринбургом остались права на название «Третья столица» лишь на мороженом и упаковках субпродуктов, в «Независимой газете» от 3 февраля 2010 г. появилась публикация «Уральский укрупнительный прорыв. Перспективы объединения Екатеринбурга с городами-спутниками». Журналист Михаил Вьюгин пишет:

Екатеринбург вновь претендует на статус третьей столицы России, теперь уже с подачи нового свердловского губернатора Александра Мишарина. Глава области воскресил идею по созданию агломерации из областного центра и окрестных городов, а его команда анонсирует проекту федеральную поддержку.

«Областная газета» 28 февраля 2011 г. писала о новой цели губернатора Свердловской области Александра Мишарина — добиться проведения в Екатеринбурге международной выставки «ЭКСПО-2020». В публикации говорится,

что реализация этого проекта «позволит стать столице Урала третьей столицей России, где сходятся транспортные потоки Европы и Азии».

Наряду со смыслами «Екатеринбург – третья столица», в СМИ актуализировались смыслы «Екатеринбург – столица Евразии». В материале информационного агентства АПИ от 31 мая 2006 г. приведено следующее высказывание свердловского губернатора:

Я вижу Екатеринбург как центр Евразии. Столицу Евразии. Вот будущее Екатеринбурга. В Екатеринбурге будут решаться все проблемы Евразии. Здесь необходимо организовать евразийский суд. Зачем ездить на суд Европы? У нас своя тысячелетняя история. Своя цивилизация. Вот Валентина Матвиенко провела презентацию – «Санкт-Петербург – третья столица Европы». Нам необходимо подготовить презентацию нашего масштабного проекта – «Екатеринбург – столица Евразии».

Данный фрагмент текста актуализирует концепцию евразийства, смысл которой, по словам Юрия Степанова, в том, чтобы «понять Россию как явление geopolитическое и как духовное, как территорию, соединяющую Европу и Азию именно в их стыке, в России, соединяющую землю, обширное и разнообразное население и культуру» [17, 213].

Имидж Екатеринбурга во многих текстах строится в рамках этой концепции. Так, публикация в газете «На смену!» от 24 августа 2004 г. полностью посвящена открытию в черте города Екатеринбурга стелы-памятника, символизирующего границу между Европой и Азией. Смыслы, которые аккумулирует концепция евразийства, также прослеживаются в публикации газеты «Уральский музей» (2005. № 8 (10)), озаглавленной «По праву третьей столицы». В материале говорится о том, что «европейский характер города отразился не только в его названии (окончание “-бург”), но и в планировке. Екатеринбург стал городом-ключом к бескрайней и богатой Сибири, “окном в Азию”, подобно тому, как Санкт-Петербург был российским “окном в Европу”». В публикации приводятся аргументы в пользу того, что Екатеринбург – город, расположенный между Европой и Азией, – пограничный не только по своему географическому положению. Исторически и культурно он развивался под воздействием двух цивилизаций – европейской и азиатской. Станислав Соломатов писал в «Областной газете» 10 марта 2010 г.:

Как-то привычно уже, что Екатеринбург ассоциируется с воротами Евразии. А ныне столица Урала превращается еще и в транспортную столицу континента.

По приведенному высказыванию журналиста можно судить о том, что смыслы «Екатеринбург – столица Евразии» укоренились в медиапространстве и в текстах СМИ и циркулируют уже как не нуждающиеся в пояснении и расшифровке.

Наиболее часто в средствах массовой информации Екатеринбург называют «столицей Урала». «Столица Урала» – это уже неофициальный статус Екатеринбурга, так же как «столица Поволжья» – неофициальный статус Нижнего Новгорода. В дискурсе СМИ продуцируются смыслы, связанные с ключевым словом «столица Урала»: «генератор интенсивного роста эконо-

мики», «накопитель знаний», «центр» (промышленный, культурный, торговый и др.).

Таким образом, медиаконцепты как локально маркированные концепты характеризуются определенным набором признаков: у них специфичный хронотоп; подобно модным словам, они изнашиваются в зависимости от социально-политических установок общества; эти концепты сильно аксиологически окрашены, причем оценочность носит, так сказать, «местный», «региональный» характер; эти концепты обладают определенным миромоделирующим потенциалом, который дает им возможность иррадиировать в смежные сферы массовой коммуникации. В процессе функционирования в дискурсе СМИ медиаконцепты варьируются, адаптируясь к постоянно меняющимся социально-политическим условиям.

- 
1. Абашеев В. Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века. Пермь, 2000.
  2. Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и неомифологемы / О. В. Орлова, О. В. Фельде, Л. И. Ермоленкина и др. ; под науч. ред. О. В. Орловой. Томск, 2011.
  3. Алефиренко Н. Ф. Современные проблемы науки о языке. М., 2005.
  4. Богомяков В. Г. Региональная идентичность «земли тюменской»: мифы и дискурс. Екатеринбург, 2007.
  5. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000.
  6. Галумов Э. А. Имидж против имиджа. М., 2005.
  7. Карасик В. И. Языковые ключи М., 2009.
  8. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М., 1996.
  9. Кузнецова Э. В. Лексикология русского языка. М., 1989.
  10. Новиков А. Б. Словарь перифраз русского языка (на материале газетной публицистики). 4-е изд., стереотип. М., 2007.
  11. Ожегов С. И. Словарь русского языка. М., 1989.
  12. Панарин А. С. Политология. М., 2003.
  13. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж, 2001.
  14. Русакова О. Ф., Русаков В. М. PR-дискурс: теоретико-методологический анализ. Екатеринбург, 2008.
  15. Соболева Е. Г. Формирование мифа «Екатеринбург — третья столица» в текстах СМИ // Литература Урала: история и современность : сб. ст. Вып. 2. Екатеринбург, 2006. С. 95–102.
  16. Солнцев В. М. Язык как системно-структурное образование. М., 1971.
  17. Степанов Ю. С. Константы : словарь рус. культуры. 2-е изд., испр. и доп. М., 2001.

Статья поступила в редакцию 11.05.2012 г.

УДК 159.972 + 371.78 + 316.324 + 316.472.4

Л. А. Крапивина

## ИНФОРМАЦИОННАЯ ЗАВИСИМОСТЬ ПОДРОСТКОВ В МИРЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Рассматривается проблема усиления информационной зависимости подростков. Анализируется современная социальная ситуация в российском обществе, которая характеризуется увеличением количества молодых людей, не способных адекватно решать свои личные, социальные и нравственные задачи. Сравнительные результаты многолетних исследований в России и Европе показывают, что подростки находятся в состоянии постоянного информационного перегруза и регулярно подвергаются нежелательному, а порой и просто опасному воздействию средств массовых коммуникаций. Предложены способы управления разновозрастными детскими-молодежными сообществами, которые в течение пятидесяти лет разрабатывались в пресс-центре «Каравелла». Все теоретические выводы опираются на практические результаты.

**Ключевые слова:** информационный перегруз психики, уровень информационной зависимости, универсальная коннективность, субкультурные подростковые группы, социальная сеть, разновозрастный пресс-центр, метод спроектированного идеала, смыслоопределяющая среда, мироощущение подростка.

Одной из важнейших проблем современного общемирового образования является обучение подростков самостоятельно действовать и развиваться в условиях информационного общества, усложнившейся, нестабильной социальной среды, различных групп и многих культур. Предполагаем, что поиск средств формирования социальной компетентности подростков следует искать, исходя из теоретических представлений о природе развития социальных навыков в условиях разновозрастных групп. В широком смысле именно социальные навыки определяют компетенции человека, направленные на реализацию жизненной стратегии и на решение повседневных — гражданских, личных, профессиональных, бытовых и культурных задач.

*Информационное общество* — это общество, где главными продуктами производства являются информация и знания [1, 8–11 и др.]. Напомним, что социум XXI в. характеризуют:

- высокая турбулентность (турбулентный — беспорядочный, вихревой) — резкое возрастание скорости жизни и непредсказуемости, изменчивости среды;
- информационный хаос — множество каналов в получении информации и полное отсутствие со стороны государства и семьи контроля защиты прав подрастающих поколений;
- анархия в распространении знаний и технологий;
- универсальная коннективность — не ограниченная ни временем, ни пространством возможность общения.

---

КРАПИВИНА Лариса Александровна — кандидат педагогических наук, руководитель детско-молодежной общественной организации «Каравелла», Екатеринбург (e-mail: krapivina\_larisa@mail.ru).

© Крапивина Л. А., 2012

Современные технологии по характеру своего воздействия всемирны, и сегодня все более прослеживается тенденция развития информационных потоков, которые, как бы продолжая центральную нервную систему людей, соединяют всех в едином «информационном поле». Данный факт ужимает земной шар до размера деревни, где новость распространяется мгновенно. Люди всех континентов почти одновременно узнают о великих победах и величайших трагедиях.

Ни для кого не секрет, что сегодня средства массовой коммуникации, которые обеспечивают информационные пространства, играют ключевую роль в глобализации повседневного общения и формировании духовной жизни планеты в целом. И уже достаточно громко начинают звучать предостережения, что человечество третьего тысячелетия находится в состоянии постоянного информационного перегруза и регулярно подвергается атакам нежелательных, а порой и просто опасных для его существования информационных воздействий.

Именно поэтому многим российским и зарубежным научным школам необходимо объединить усилия в активном поиске средств защиты в первую очередь подрастающих поколений от нежелательной информации. Границы подросткового возраста — 11–15 лет. Данный период жизни человека правильнее было бы назвать этап «мечтаний и стремлений», когда очень хочется попробовать свои силы в самых разных областях. Когда же возможность действовать, искать, экспериментировать замыкается рамками железного компьютерного ящика, то неизбежны весьма нежелательные последствия.

Сегодня в России отмечается увеличение жестокости, насилия и экстремизма в подростковой среде. Значительные политические, экономические и социальные преобразования, которые произошли в стране с начала 90-х гг. прошлого века, повлекли за собой появление множества подростковых разновозрастных объединений. Многие из них возникали как спонтанные музыкальные, спортивные, экстремальные или другие субкультурные сообщества [7]. Из разрозненных групп «свистков», «гопников», «бегунков», «хулсов», «скинхедов», «неонацистов» постепенно формировались хорошо организованные агрессивные группировки. В начале XXI в. они уже стали носить явно экстремистский характер. Их внутренняя организация совершенствовалась, повышалось техническое оснащение, осваивались способы проведения PR-акций, а пропаганда ксенофобии и преступной деятельности при помощи социальных сетей становилась более подготовленной и организованной. Все это, на фоне малой активности и финансовой ограниченности позитивных молодежных объединений, притягивало и притягивает подростков.

Психологические исследования лондонского университета, проводимые под руководством д-ра Гленна Вилсона (Glenn Wilson), констатируют следующее: «Информационные потоки, обрушающиеся на современных молодых людей Европы в виде электронной почты, телефонных звонков и сообщений, почти в круглосуточном режиме, напрямую поступающих с интернет-чатов, наносят их интеллекту больше вреда, чем марихуана» [12].

Ученые исследовали 80 добровольцев, в ходе наблюдений испытуемые выполняли определенные одинаковые задачи. Половина волонтеров занималась

этим в тишине и спокойствии, остальные были засыпаны письмами, сообщениями и звонками. Хотя участники по условиям эксперимента не обязаны были отвечать на все эти запросы, в результате информационного шквала их внимание и способность сосредоточиться очень серьезно пострадали. В ходе эксперимента выяснилось, что средний показатель интеллекта (IQ) у «подвергшихся информационной атаке» снизился на 10 пунктов, в то время как у употребляющих наркотические вещества он падает на 5 показателей [Там же].

На протяжении трех лет (2009–2011) в течение двух недель во время летних обучающих сборов «Оранжевое лето» и «Молодежь Урала» (Свердловская область), а также зимних обучающих журналистских лагерей «Wintermedia» (Тверская область) мы проводили исследование уровня информационной зависимости молодежи. В исследовании приняли участие 450 человек в возрасте от 10 до 23 лет, из 47 территорий России, в состав которых входили Москва, Санкт-Петербург, Пермь, Екатеринбург, Новосибирск, Серов, Ирбит, Киров, Уфа, ХМАО-Югра, Челябинск, Первоуральск и др. В 2011 г. на сборы приезжала группа молодежи из г. Берлина (Германия).

Выявлено следующее. Российская молодежь, особенно дети и подростки, все более становятся зависимыми от современных коммуникаций. По сравнению с 2009 г. в 2011 г. эта зависимость возросла почти в 5 раз. В 2011 г. практически каждый участник имел с собой сотовый телефон, испытывал беспокойство и готов был ответить на телефонный звонок во время еды, спортивной игры или учебных занятий. 92 % подростков отметили в анкетах, что практически ежедневно посещают социальные сети «ВКонтакте» или «Facebook», если есть компьютер или доступ к Интернету. В среднем общее время ежедневного «зависания» в сетях колеблется от одного до трех часов и более.

В целом 62 % опрошенных подчеркнули, что им понравилась программа сборов, насыщенная спортивными, интеллектуальными, творческими занятиями, когда живое общение во многом заменяло виртуальную тусовку в чате, но как сделать обычную школьную жизнь насыщенной такими событиями, они не знают. При этом 38 % отметили, что хотели бы заниматься по какому-нибудь конкретному профилю: танцы, парусный спорт, журналистика, астрономия, творческие мастерские, интеллектуальные соревнования, *обязательно совмещая это с ежедневным компьютерным общением с виртуальными друзьями* (не меньше часа) в течение всей двухнедельной программы. На наш взгляд, данные результаты показывают, что виртуальный мир в сознании подростков все более вытесняет реальный, при этом молодые люди совершенно не ощущают очевидной зависимости от него. На вопрос «Существует ли зависимость от социальных сетей?» только 7 % дали положительный ответ.

Разновозрастные группы подростков возникают, как правило, стихийно и способны действовать без руководства взрослых. И организовать в таких группах психолого-педагогическое сопровождение достаточно сложно. В условиях информационного общества это возможно только при условии специальной подготовки будущих педагогов-воспитателей уже начиная со студенческой скамьи. На наш взгляд, в программу подготовки (кроме профильных психолого-педагогических курсов) должны войти «Основы журналистики и организация

детского пресс-центра», «PR-деятельность в социальных сетях». Кроме того, необходимы специальные курсы, помогающие студентам понять основы управления разновозрастными группами, этапы развития таких объединений, процессы, протекающие в них, и т. д. Также нужно учитывать гиперактивный характер подростков. В общении с ними словесные увещевания помогают слабо. Большую роль играют действия и поступки взрослых и ровесников. В отношениях с подростками нужна честность. Если мы хотим, чтобы молодые люди стали ответственными, самостоятельными, волевыми гражданами, то научить их этому можно только создавая ситуации, где названные черты характера смогут проявиться. Хорошо, когда преподаватель (учитель, воспитатель, наставник) ориентируется в Интернете и не боится решать нестандартные задачи, используя социальные сети как инструмент воспитания.

Очень часто педагоги жалуются, что современные подростки пассивны, много времени проводят за компьютером, страдают излишним весом, не желают двигаться или неадекватны в поведении. Кроме того, ни для кого не секрет, что существует масса запрещающих инструкций, сдерживающих педагогов и ограничивающих подростковую деятельность как таковую. Выбор всегда за самим педагогом. Это важный профессиональный момент: *персональная ответственность взрослого и собственная активность*. Чаще всего именно такая ответственность ограничивает инициативу преподавателей. Но учить подростков смелости, мы можем, лишь совершая смелые поступки сами.

Результаты исторического опыта разных стран показывают, что обучение информационным технологиям, выпуск собственных изданий, развитие навыков командности и товарищеской взаимопомощи в разновозрастных группах высокоэффективно. Вспомним «лигу лесных умельцев» Эрнеста Сетона-Томпсона и «справедливое сообщество» школы Скардэйл Лоуренса Кольберга (США), скаутские патрули и летние лагеря Роберта Баден-Пауэла и школу Саммерхильд Александра Нейла (Великобритания), «Свободную школьную общину» Густава Виннекена и вальдорфскую школу в Штутгарте Рудольфа Штайнера (Германия), модель йена-план Петера Петерсона (Германия, Голландия, Швеция), детские дома Януша Корчака (Польша), братство «Православное дело» матери Марии (Франция), обучающие сообщества Олега Газмана, Иннокентия Жукова, разновозрастные отряды Игоря Иванова, Владислава Крапивина, Антона Макаренко, клубные объединения по интересам Анатолия Мудрика, Станислава Шацкого, гимназию Карла Мая, школы Льва Толстого, Василия Сухомлинского, Владимира Караковского (Россия).

В перечисленных воспитательных системах комплекс педагогических идей их создателей базировался на гуманистическом мировоззрении, главной ценностью которого был ученик, его право на свободное развитие, проявление творческих способностей. С этим связано и понимание достоинства человека, его сущности как самостоятельной деятельной личности.

Более двадцати лет я являюсь руководителем детско-молодежной общественной организации «Каравелла». Эта организация уже полвека работает в Екатеринбурге. Ее создатель писатель-педагог Владислав Крапивин, выпускник факультета журналистики Уральского государственного университета

им. А. М. Горького (ныне — УрФУ), автор более ста пятидесяти повестей и романов для детей и взрослых [3]. Книги Владислава Крапивина рассказывают читателям о жизни придуманных героев, которые удивительно похожи на реальных детей [4].

«Каравелла» — не книжная страна. Она вполне реальна, как реальна сама жизнь. Настолько реальна, что за 50 лет существования смогла подготовить и отправить во взрослую жизнь более 10 тыс. выпускников. В «Каравелле» дети вместе со взрослыми строят яхты и выходят на них в дальние плавания под парусами, выпускают стенгазеты и сотрудничают с профессиональными информационными изданиями, готовят театральные выступления на сцене и осваивают основы фото- и видеосъемки, занимаются танцами, фехтованием, изучают «морской английский», астрономию, навигацию и др.

Вместе с тем школа «Каравеллы» — особенная школа. Пространство, в котором живет разновозрастное объединение, очень необычно, таинственно, скучожно. Как ни странно, но спустя полвека мы видим, что оно по-прежнему наполнено якорями, штурвалами, моделями парусных кораблей, картинами во всю стену, знаменами, барабанами, шпагами, которые в XXI в. мирно соседствуют с компьютерами, социальными сетями, Интернетом, видеотехникой. Мир «Каравеллы» напоминает корабль, рыцарский замок, таинственную вселенную, противопоставленную серым будням. Создаваемая смыслоопределяющая среда и прямое противопоставление обыденности служат одним из главных источников романтического подросткового мироощущения.

Во время этого удивительного процесса взаимодействия человека с человеком происходит самое главное: формирование взглядов, убеждений, идеалов детей в соответствии с коммуникационной культурой разновозрастного сообщества [5]. Частью культуры являются иерархическая система лидерства и карьерного продвижения, способы разрешения конфликтов, законы, правила, нормы, регламентирующее поведение, символы, атрибуты, ритуалы, а также форма одежды, лозунги, групповые табу, традиции, песни, кинофильмы и многое другое.

В России многие знают крапивинскую «Каравеллу» как остров романтики, сказки, мечты. Но не это главное в культурном наследии отряда. Главное — коммуникация, т. е. связи, отношения, дружба, товарищество, носителями которых ребята становятся в детстве, а затем, вырастая, сохраняют на протяжении десятилетий и продолжают транслировать в дальнейшей жизни [5].

Как отмечает С. Б. Цымбаленко, в подобных «Каравелле» разновозрастных объединениях, например корпункте «Всадники», который на протяжении десятилетия тоже работал на Урале, главная идея заключалась в том, чтобы любая, в том числе и профессиональная, деятельность, в частности пресс-центр, были непосредственно связаны с детской жизнью и помогали раскрыть ее содержание во всей полноте красок и ощущений. Тогда «юные граждане становились равноправными советниками, экспертами, помощниками, а не просто авторами заметок» [11, 183].

Говоря об основных методах, применяемых в разновозрастных объединениях, кроме комплекса общепринятых [2], мы отдельно выделяем метод

спроектированного идеала [2, 4]. Поясним, что представляет собой данный метод.

Поведение подростков комплексно проектируется:

- особым воспитывающим пространством, в котором находится ребенок (помещение, обстановка, символы, атрибуты, традиции);
- личным примером Учителя;
- заданными нормами отношений между участниками разновозрастного объединения (устав, законы, правила поведения, корпоративный кодекс);
- разнообразными направлениями деятельности;
- средствами художественных произведений (книги, журналы, картины, музыка, песни, кинофильмы).

Среди средств художественных произведений важную роль играет показ наиболее типичных поведенческих моделей отношений, которые могут быть реализованы в социальном пространстве. В каждой поведенческой модели, в соответствии с законами организации художественного произведения, происходит не точное копирование действительности, а описание ее лучшего образца — идеала. В жизни осознанное действие подростка проектируется через демонстрацию обобщенных качеств личности, выраженных как в литературных образцах, так и в поведении людей. Таким образом, через восприятие читателя-подростка этот идеал возвращает в действительность, материализуясь в виде реально существующего, организованного людьми, воспитывающего пространства.

В данном пространстве работают коллективно принятые законы, поведенческие нормы, культурные традиции, формы деятельности и управления. Для реального подростка такой возврат становится фактом материализации идеальных личностно значимых качеств. Для педагогов это во многом упрощает организацию процессов обучения, воспитания и социализации человека. Здесь добровольная мотивация, общность увлечения позволяют подростку достаточно быстро научиться производить внутреннюю подстройку под требования «общего жития», сохраняя при этом свою активность, инициативу, возможность самоопределения и развития творческой индивидуальности. Это во многом помогает развивать индивидуальные и коллективные качества, как отдельной личности, так и всего сообщества в целом.

Очень часто на этапе эффективного функционирования системы, когда групповые нормы влияют буквально «без слов», создается впечатление, что в объединении все как будто происходит само собой. При первом знакомстве никто не замечает титанического труда педагога, сопровождение которого помогло ребятам создать свой мир, не разрушая уже имеющегося. При помощи специально организованного, романтически наполненного, воспитывающего пространства, заданных норм отношений и средств художественной литературы мы можем проектировать изменение самопредставления подростков. Именно такое изменение способно определять уровень самостоятельной коррекции социально-ценостных убеждений и поведения взрослеющего человека. Он делает это сам, а педагог только направляет.

Помните, что в условиях глобального информационного общества, когда подросток самостоятельно может найти в Интернете ответы на многие

интересующие его вопросы, принципиально меняется задача педагога: он должен видеть и «сопровождать» воспитывающие ситуации, при этом не подавляя, а нравственно развивая личность взрослеющего человека. Нами также установлено, что наибольшей воспитательной эффективности достигает разновозрастная группа, которая включает представителей нескольких поколений: детей, подростков, юношой, взрослых и пожилых людей. Главное – это мир, который создают сами дети вместе с другими детьми и взрослыми. Мир, где информационные технологии не мешают развитию, а наоборот, помогают выстроить систему воспитания на основе разновозрастного принципа объединения.

- 
1. Березин В. М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002.
  2. Загвязинский В. И. Теория обучения: современная интерпретация. М., 2007.
  3. Крапивин В. П. Струна и люстра. М., 2007. С. 317–454.
  4. Крапивина Л. А. Идея ценности детства в литературном и педагогическом творчестве писателя Владислава Крапивина // Изв. Урал. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2009. № 1. С. 216–220.
  5. Крапивина Л. А. Формирование межвозрастной коммуникации подростков в условиях воспитательной системы РВО : моногр. Екатеринбург, 2010.
  6. Крапивина Л. А. Организация межвозрастной коммуникации подростков в воспитательной системе разновозрастного объединения // Вузы культуры и искусств в мировом образовательном пространстве: Культурное разнообразие во имя диалога и развития : материалы междунар. симпоз. Франция, Париж, 3–9 окт. 2010 г. М., 2010. С. 275–282.
  7. Мир субкультур: юношеские субкультуры Урала / под ред. Ю. В. Шинкаренко. Екатеринбург, 2008.
  8. Науменко Т. В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ. М., 2003.
  9. Почекцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва ; Киев, 2001.
  10. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. СПб., 2003.
  11. Цымбаленко С. Б. Подросток в информационном мире: практика социального проектирования. М., 2010.
  12. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.medlinks.ru/article.php?sid=20727>
  13. Krapivina L. Pedagogical support for multi-age groups of young people in the information world [Electronic resource] // ICERI 2011 : materials of 4<sup>th</sup> international conference on education, scientific studies and innovations, Madrid, Spain, 14–16.11.2011. URL: [http://www.iated.org/concrete2/paper\\_detail.php?paper\\_id=20018](http://www.iated.org/concrete2/paper_detail.php?paper_id=20018)

*Статья поступила в редакцию 11.05.2012 г.*

# ПСИХОЛОГИЯ

УДК 2-44 +374.3 + 316.346.32-053.6

**С. С. Малявина**

## **ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ К РЕЛИГИОЗНОЙ КУЛЬТУРЕ В СРЕДЕ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ (КРОСС-КУЛЬТУРНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ)\***

В статье представлен анализ ценностного отношения к религиозной культуре в среде современной молодежи. Метод исследования — фокус-групповая дискуссия. Эмпирическое исследование выявило, что православные христиане, мусульмане и атеисты по-разному видят ценность религиозной культуры. Важным фактором, влияющим на мнение личности по данному вопросу, является мировоззренческая позиция в отношении религиозных культур, религиозная инкультурация личности, в первую очередь в семье.

**Ключевые слова:** ценностное отношение, религиозная культура, православные христиане, мусульмане, атеисты.

В рамках данной статьи мы обратились к изучению вопроса о том, насколько ценна и значима религиозная культура в жизни современных молодых людей. Изучение данного вопроса своевременно и необходимо в связи с тем, что в течение последних десятилетий прослеживается рост религиозности населения как во всем мире, так и в России. Изучение значимости религиозной культуры в среде молодежи объясняется тем, что именно в молодости у личности активно развивается социокультурная идентичность, формируется мировоззрение.

---

\* Выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Конфессиональная компетентность молодежи в современной России (на примере Волгоградской области)», проект № 10-06-20601 а/В.

---

МАЛЯВИНА Светлана Сергеевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии Волгоградского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы (e-mail: s.malyavina@yandex.ru).

© Малявина С. С., 2012

В связи с этим представляется интересным понять, какова роль религиозной культуры в процессе личностного развития в данной возрастной группе. Отдельные аспекты взаимосвязи религиозной культуры и личности представлены в работах И. А. Галицкой [1], К. Каариайнен и Д. Е. Фурмана [2], Ю. В. Рыжова [3], Ф. А. Управлева [4], С. Хантингтона [5].

Изучение заявленной проблемы осуществлялось с помощью фокус-групповой дискуссии и индивидуального интервью. Данные методы социально-психологического исследования позволяют провести глубинное интервьюирование представителей целевой аудитории, раскрыть тенденции распространения того или иного мнения по изучаемому вопросу в целевой группе.

Исследование осуществлялось в трех целевых группах: представители современной молодежи, идентифицирующие себя как носители религиозной культуры православного христианства; носители религиозной культуры ислама; сторонники атеистического мировоззрения. Все участники исследования являются студентами вузов г. Волгограда и Волгоградской области.

### **Ценностное отношение к религиозной культуре молодых людей, позиционирующих себя как православных христиан**

Изучение особенностей ценностного отношения к религиозной культуре представителей современной молодежи, причисляющих себя к православным христианам, показало отсутствие у них глубокого ценностного отношения к данной социокультурной системе. Участники исследования продемонстрировали пассивность и равнодушие при обсуждении вопросов, касающихся проблем религиозной культуры.

Среди наиболее ярких признаков мировоззрения молодых людей, позиционирующих себя как православных христиан, можно назвать номинативную религиозность, субъективность религиозности, наличие некоторой взаимосвязи религиозной и атеистической систем в мировоззренческих установках личности.

Номинативная религиозность выражается в том, что, называя себя верующими (носителями культуры православного христианства), очень часто представители современной молодежи не считают необходимым реализовывать свою религиозность в жизни, в социальной практике. Практически все участники исследования отметили, что они не осознают, не ощущают и не испытывают влияния культуры православного христианства на свою жизнь. Среди молодых людей, называющих себя православными христианами, только некоторые ориентируются, а точнее, пробуют учитывать в своей жизни ценности и нормы данной религиозной культуры. Большинство же респондентов в соответствии с номинативностью религиозности личности считают достаточным осознание собственной принадлежности к религиозной культуре, в связи с чем не испытывают потребности каким-либо образом реализовывать свою культурную принадлежность.

Субъективность религиозности у современных молодых людей выражается в том, что каждый из них, испытывая на себе влияние нескольких мировоззренческих систем, сам выбирает, что именно из той или иной системы он

транслирует в свою жизнь. Возможно, это объясняет значительное расхождение наличия представлений о сущности религиозной культуры православного христианства у молодых людей и о распространении ценностей и норм данной культуры на их жизнь.

Среди современных молодых людей, позиционирующих себя как православных христиан, есть такие, у кого религиозная культура органично переплетается с атеистической системой мировоззрения. В ходе дискуссии некоторые участники исследования сами упоминали о взаимосвязи религиозной и атеистической систем в собственном мировоззрении. Другие об этом не упоминали, но содержание их высказываний об этом косвенно свидетельствует.

Мы полагаем, что причисляя себя к культуре православного христианства, в действительности молодые люди находятся не внутри культуры, а вне ее, в некотором роде они являются «наблюдателями за религиозной культурой». Они рассуждают о религии, как о чем-то за пределами их жизни. Они по одну сторону баррикады, а религия и религиозные люди — по другую сторону. Некоторые участники дискуссии, говоря о религиозных людях, о носителях религиозной культуры православного христианства, использовали местоимение *они*. Это еще раз подтверждает нашу идею о дистанции, существующей между молодыми людьми, позиционирующими себя в качестве православных христиан, и самой религиозной культурой православного христианства.

Таким образом, ценностное отношение к религиозной культуре в среде молодых людей, позиционирующих себя как православных христиан, объясняется особенностями мировоззрения представителей данной социальной группы и специфическими особенностями их религиозности.

### **Ценностное отношение к религиозной культуре в среде молодых людей, позиционирующих себя как мусульман**

Проведенное исследование показало, что носители ислама проявляют устойчивое ценностное отношение к религиозной культуре. Они отмечают важность религиозной культуры в жизни человека, подчеркивают ее значимость в общественной жизни в целом и в собственной жизни в частности.

Как показало наше исследование, жизнь современных мусульман пронизана религиозной культурой. Представители данной социальной группы в своей жизни ориентируются на наиболее значимые аспекты религиозной культуры ислама (ценности, нормы и санкции). При этом прослеживается два варианта ориентации на религиозную культуру: ориентация на долженствования (так устроена жизнь, должен, так надо) и ориентация собственного волеизъявления (я так хочу жить, мне так лучше жить). Мы полагаем, что данные ценностно-мотивационные ориентации в определении отношения личности к религиозной культуре не являются противостоящими друг другу: они скорее дополняют друг друга и, возможно, являются иерархически выстроенными. Вероятнее всего, сначала у человека формируется осознание долженствования (надо так делать, потому что так лучше), а позже, при благоприятных условиях религиозной инкультурации, происходит развитие религиозной культуры личности по принципу свободного волеизъявления (я хочу так жить).

Согласно результатам, полученным в ходе проведенного исследования, мусульмане отмечают значимость и ценность не только ислама, но и других религиозных культур. Они воспринимают и собственную, и другие конфессии в качестве важных мировоззренческих систем, отмечают, что каждая религиозная культура имеет существенное значение для мира в целом, подчеркивают объединяющую сущность всех религиозных культур — веру в Бога. Размышляя на тему религии, участники демонстрировали уважительное, корректное отношение ко всем религиозным культурам. Они с одинаковым уважением и пietетом перечисляли характерные особенности разных религиозных культур, описывали их сходства и отличия. При упоминании религиозных объектов культуры ислама участники исследования называли аналогичные объекты в других религиозных культурах, в первую очередь — в христианстве.

В ходе исследования было обнаружено существование определенных взаимосвязей между ценностным отношением мусульман к исламу и их отношением к другим религиозным культурам. Мусульмане, в высокой степени почитающие ислам, чаще проявляют большее уважение к другим религиозным культурам и принимают их ценности. Мусульмане, проявляющие дистантное отношение к исламу, реже подчеркивают ценность и значимость других культур.

Изучение особенностей ценностного отношения мусульман к религиозной культуре выявило существование гендерной вариативности данного показателя. В ходе дискуссионной работы юноши продемонстрировали большую связь с культурой ислама, чем девушки, которые проявили более спокойное отношение к религиозной культуре. При этом юноши чаще обнаруживали ориентацию на религиозную культуру ислама по принципу свободного волеизъявления. А девушки-мусульманки чаще, чем юноши, отмечали ориентацию на религиозную культуру ислама по принципу долженствования.

Мы полагаем, что выявленные гендерные особенности ценностного отношения к исламу могут быть объяснены несколькими причинами. Во-первых, в исламской культуре социальное положение мужчины и женщины имеет существенные отличия и строго иерархизировано. С одной стороны, мужчина имеет преимущества перед женщиной: женщина в семье зависит от мужа. С другой стороны, мужчина ответственен перед обществом за свою жену. Возможно, некоторый приоритет мужчины в исламе делает его более ориентированным на данную религиозную культуру.

Во-вторых, обнаруженные в исследовании гендерные особенности ценностного отношения к исламу могут быть объяснены особенностями выборки исследования. Мусульманки Волгоградской области, как и мусульманки РФ в целом, живут не в замкнутой, закрытой социальной среде, как представительницы этой религиозной культуры в странах исламского мира. Это делает их более открытыми для социального взаимодействия, которое ориентируется и на другие (не мусульманские) правила поведения. Вероятно, девушки осознают необходимость ориентации на ценности религиозной культуры, но ориентируются при этом и на ценности других социокультурных систем, на основе принципа свободного волеизъявления.

Таким образом, мусульмане из среды современной молодежи отмечают значимость, ценность религии в жизни. По их мнению, религия наполняет человеческую жизнь смыслом, придает ей целостность и гармонию. Они подчеркивают ценность не только той религиозной культуры, с которой себя идентифицируют, но и ценность других культур. При этом среди мусульман существует некоторая вариативность понимания значимости религиозной культуры. Более того, было выявлено влияние гендерного фактора на специфику ценностного отношения мусульман к исламу: юноши в большей степени, чем девушки, погружены в религиозную культуру, относятся к исламу с большим почтением и уважением. Полученные результаты позволяют утверждать, что ценностное отношение к религиозной культуре современных мусульман характеризуется значимостью, адекватностью, целостностью.

### **Ценностное отношение к религиозной культуре молодых людей — сторонников атеистического мировоззрения**

Как показало наше исследование, у представителей данной социальной группы есть устойчивое понимание того, что представляет собой религиозная культура, имеется объяснение своей мировоззренческой позиции в отношении атеизма и мира религиозных культур. Практически все участники исследования про демонстрировали большую или меньшую заинтересованность проблемами религиозной культуры в современном мире и осведомленность в данном вопросе.

Свой интерес к религиозным культурам атеисты объясняют желанием понять устройство современного общества, что приводит их к изучению истории, содержания различных мировых религий, внутреннего содержания и внешнего проявления религиозной культуры.

Заинтересованность религиозной культурой у сторонников атеистического мировоззрения характеризуется избирательностью информации. Из потока информации, касающейся сферы религиозных культур, зачастую они выбирают только ту, которая подтверждает их мировоззренческую позицию атеиста и носит «разоблачительный» характер. Их отношение к миру религиозных культур можно обозначить как «активно-критикующее». Избирательная информация о религии, которую они черпают из различных источников (СМИ, литература, собственное социальное окружение), направлена на разоблачение данной социокультурной системы. Вероятно, подобная позиция позволяет им поддерживать гармоничное состояние собственной мировоззренческой позиции.

Отношение атеистов из среды современной молодежи к миру религиозных культур пронизано высокомерием и некоторым пафосом. В процессе дискуссии участники исследования неоднократно подчеркивали, что, по их мнению, верить в Бога, быть религиозным — глупо и скучно. При этом они давали понять, что религиозная культура оказывает определенное влияние на формирование их системы мировоззрения. Основой данного влияния является их прошлый опыт, который способствует формированию негативного, игнорирующего отношения к миру религиозных культур.

Особый интерес вызвал факт религиозного прошлого атеистов. Мы обратились к изучению факторов, повлиявших на формирование атеистического мировоззрения у данной группы молодых людей. В процессе дискуссионной работы было выявлено несколько факторов такого рода: протест против социальных норм, деятельность СМИ, наличие предубеждений, личностные особенности, «moda» на научное понимание мира. Далее рассмотрим каждый из них подробнее.

**Протест против социальных норм.** В первую очередь этот протест адресован близкому социальному окружению — семье. Как отметили участники исследования, их родители и близкие родственники проявляют и демонстрируют большую или меньшую включенность в мир религиозной культуры. В прошлом они активно пытались вовлечь в подобную практику своих близких (в том числе участников исследования, когда они были детьми). Например, один из участников исследования отметил, что в детстве мама регулярно водила его в церковь, но виденное в церкви вызывало и продолжает вызывать у юноши чувство непонимания. Другая респондентка рассказала о том, что в детстве мама водила ее в церковь, чтобы «изгнать нечисть» из дочери, так как поверила посторонней женщине, сказавшей, что в девочку вселился «нечистый». Со слов участницы исследования, она до сих пор очень негодует по этому поводу и удивляется тому, что ее мама, образованная женщина, поверila в эту «страницу».

В детстве эти молодые люди испытывали давление со стороны семьи в сфере религиозных отношений. Родители очень активно пытались вовлечь детей в мир религиозной культуры. Дети, по настоянию родителей, посещали церковь, по воле родителей участвовали в священных ритуалах, обрядовых действиях. Возможно, чрезмерно активный, авторитарный стиль религиозного воспитания, который выбрали родители этих респондентов, привел к обратному результату. Скорее всего, собственная зарождающаяся религиозность родителей, возникшая, вероятно, как дань моде на религиозность, не обладала потенциалом для того, чтобы создать условия для гармоничной инкультурации детей в мир религиозной культуры. Это привело к тому, что с приобретением личной самостоятельности эти дети отказались от религиозной культуры в пользу атеистического мировоззрения. Данный отказ представляет собой *протест*, является следствием давления родителей. Их дети не только не прошли процесс вхождения в мир религиозной культуры, но получили «прививку» от него. И хотя некоторая связь с религиозной культурой у них сохранилась, должно пройти какое-то время, чтобы последствия подобного родительского воспитания были преодолены.

Причина протеста, демонстративного отказа от мира религиозной культуры в пользу атеистического мировоззрения, скорее всего, заключается в том, что используемые социальные, пропагандистские, педагогические технологии в поддержку религиозных культур малорезультативны. Мы полагаем, что протестный атеизм, характерный для определенной группы современной молодежи, является очень неустойчивой и шаткой мировоззренческой позицией. Данному типу атеизма свойственно *позиционирование* отказа от религиозной культуры

без понимания, осознания того, что в действительности представляет собой атеизм. Как показало наше исследование, некоторые атеисты выбирают эту мировоззренческую систему из «желания что-то кому-то доказать».

**Деятельность СМИ.** По мнению респондентов, тема религиозных культур слишком часто и слишком много обсуждается в СМИ, что вызывает только раздражение в адрес религии, протест против данной социально-культурной системы.

**Предубеждения.** Фактором формирования мировоззренческой позиции атеизма может быть наличие предубеждений. Участники данного исследования продемонстрировали наличие предубеждений о том, что верующие люди являются слабыми духом, неуверенными в себе. Участники исследования дали понять, что они не желают быть слабыми духом, они позиционируют себя в качестве людей сильных, уверенных в собственных силах. Возможно, предубеждение о «слабости духа» религиозных людей косвенно стало одним из факторов отказа этих молодых людей от религиозного мировоззрения в пользу атеистического.

**Личностные особенности.** Среди молодых людей, позиционирующих себя как атеисты, есть такие, для кого очень важно демонстрировать ярость, необычность, креативность собственной личности. Возможно, для них мировоззренческая позиция атеиста представляет собой средство демонстрации собственной уникальности, отличия от большинства сверстников. Кроме того, сами участники исследования отметили, что среди молодежи модно быть независимым (от всего), самостоятельным, активным, что, согласно их мнению,озвучено позиции атеиста.

**«Мода» на научное понимание мира.** Возможно, противопоставление науки и веры является устойчивым мифом российского общества, корни которого уходят в эпоху Советского Союза, когда атеизм был политической идеологией. Мы полагаем, что антагонистическая позиция заводит личность в мировоззренческий тупик, так как заставляет человека выбирать «или одно, или другое». Подобная категоричность не позволяет личности увидеть многомерность и многогранность жизни и мира.

Проведенное исследование позволяет утверждать, что большинство из тех, кто называет себя атеистами, не являются подлинными атеистами. Они скорее представляют собой социальную группу *отказавшихся, отошедших* (временно или навсегда) от религии. Мы предполагаем, что часть молодых людей, позиционирующих себя как атеисты, расставшись с юношеским максимализмом и свойственными ему категоричностью, нетерпимостью, рано или поздно вернутся к той религиозной культуре, которая оказала значительное влияние на их становление. Одним из факторов, позволяющих нам делать подобный вывод, является мнение, высказанное некоторыми участниками исследования, о том, что религиозная культура православного христианства продолжает оказывать влияние на их мировоззрение и поведение через систему идеалов, ценностей, нравственных норм, привитых им ранее.

В социальной группе молодых людей, позиционирующих себя в качестве атеистов, есть те, для кого важной, животрепещущей темой является тема

поиска смысла жизни. В ходе дискуссии они неоднократно прямо или косвенно подчеркивали важность данной проблемы. Возможно, метания молодых людей, идентифицирующих себя с атеистами, между миром религиозных культур и атеизмом объясняются попыткой найти мировоззренческую концепцию, позволяющую им понять смысл жизни.

Итак, изучение особенностей ценностного отношения молодых людей, идентифицирующих себя как атеисты, показало, что, с одной стороны, представители этой социальной группы проявляют устойчивый интерес к проблеме религии. С другой стороны – они обнаруживают ярко выраженный скептицизм и высокомерие в отношении других социокультурных систем. На наш взгляд, подобная дуалистичная позиция атеистов свидетельствует о противоречивости, неустойчивости их мировоззренческой позиции, что, скорее всего, объясняется юношеским максимализмом и нигилизмом этих молодых людей. Представители изучаемой социальной группы зачастую выбирают атеизм как мировоззренческую систему «лишь бы не быть верующими», при этом они зачастую не имеют глубоких и системных представлений о сущности атеизма.

Те из атеистов, кто в прошлом причислял себя к религиозной культуре, продолжают испытывать ее определенное влияние на собственное мировоззрение. Они не столько атеисты, сколько хотят таковыми быть. Для них свойственно ищущее сознание, поиски смысла жизни.

Проведенное исследование особенностей ценностного отношения к религиозной культуре в среде современной молодежи позволило нам прийти к следующим выводам:

1. В среде современной молодежи существуют довольно разнообразные позиции по вопросу о ценности религиозной культуры в жизни человека и общества. Важным фактором, влияющим на мнение личности по данному вопросу, является религиозная принадлежность.

2. Ценностное отношение к религиозной культуре в группах, выбранных для исследования, имеет свою специфику. Ценностное отношение к религиозной культуре молодых людей, позиционирующих себя как православных христиан, характеризуется равнодушием, номинативностью и дистантностью. Отношение мусульман к религиозной культуре характеризуется глубиной и интенсивностью. Отношение атеистов к религиозной культуре противоречиво: с одной стороны, они проявляют интерес к данной сфере человеческой жизни, с другой – выражают демонстративное пренебрежение к ней.

3. Вероятнее всего, в основе выявленных различий ценностного отношения к религиозной культуре лежат различия религиозной инкультурации подрастающего поколения, в первую очередь в семье.

---

1. Галицкая И. А. Ценности религиозной культуры и воспитание учащихся светской школы // Науч. тр. ГосНИИ семьи и воспитания. М., 2003. Т. 1. С. 67–77.

2. Каариайнен К., Фурман Д. Е. Верующие, атеисты и прочие (Эволюция российской религиозности) // Вопр. философии. 1997. № 6. С. 35–52.

3. Рыжов Ю. В. Конфессиональная и этнокультурная идентификация в православии // Этническая психология и современные реалии : материалы науч.-практ. конф., 13–14 июня 2003 г. Якутск, 2003. С. 142–146.

4. Управлев Ф. А. Представления молодежи о Русской православной церкви // Психология XXI века : материалы междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых специалистов, 19–21 апр. 2007 г. / под ред. В. Б. Чеснокова. СПб., 2007. С. 504–506.

5. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций // Полис. 1994. № 1. С. 33–48.

*Статья поступила в редакцию 14.12.2011 г.*

# СОЦИОЛОГИЯ

УДК 347.471(470) + 321.7(470) + 323.32(470)

**В. Н. Руденкин**

## **СРЕДНИЙ КЛАСС И ПЕРСПЕКТИВЫ САМООРГАНИЗАЦИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ**

Проанализированы представления россиян о порядке и демократии. Раскрыты причины недовольства характером сложившейся в стране политической системы. Дается характеристика основных направлений модернизации политической системы России. Раскрывается место и роль среднего класса в этом процессе.

**Ключевые слова:** порядок, демократия, политическая система, модернизация, средний класс.

Болезненная реакция части российского общества в конце 2011 г. на нарушения, имевшие место в ходе избирательной кампании по выборам депутатов Государственной думы РФ, стала для многих неожиданной. Подобные нарушения имели место и прежде (причем, возможно, даже в больших масштабах), но никогда не приводили к массовым акциям протesta. Митинги как форма «прямой демократии» не получили сколько-нибудь широкого распространения в постсоветской России вследствие того, что наши граждане не особенно верят в их эффективность. И вдруг — всплеск (пусть и непродолжительный) «митинговой активности». Что же изменилось?

В конце 1990-х — начале 2000-х гг. общество испытывало сильную потребность в «наведении порядка». Это было обусловлено резким сокращением социальных обязательств государства перед своими гражданами, его неспособностью обеспечить им гарантии безопасности. Период президентства В. Путина (2000–2008), в течение которого была восстановлена управляе-

---

РУДЕНКИН Василий Николаевич — доктор политических наук, профессор, проректор по научной работе Уральского института экономики, управления и права, Екатеринбург (e-mail: rudenkin@mail.ru).

мость государства и выстроена «вертикаль власти», в значительной степени снял эту проблему с повестки дня. Однако, во-первых, и сегодня в России остается немало людей, для которых «порядок» важнее «демократии», а во-вторых, появился запрос на новое качество российской демократии — запрос, который в первую очередь и артикулирует нарождающийся средний класс.

Исследования социологов показывают, что больше половины опрошенных россиян (56 %) отдают предпочтение порядку; причем даже если для его достижения «придется пойти на некоторые нарушения демократических принципов и ограничения личных свобод». Значительно меньше тех, кто считает, что для России важнее демократия, «даже если соблюдение демократических принципов порой дает свободу в том числе разрушительным и криминальным элементам» (таких оказалось 23 %). Это средние цифры. А если посмотреть на ответы россиян, принадлежащих к различным социально-имущественным группам, то обнаруживается следующая зависимость: малообеспеченные респонденты больше симпатизируют порядку и меньше — демократии (и соответственно наоборот: среди обеспеченных — больше приверженцев демократии и меньше — порядка). Так, предпочтение порядку отдали 71 % малообеспеченных россиян, а демократии — 31 % обеспеченных [5].

Эти различия, конечно, вполне объяснимы. Малообеспеченные россияне в своем большинстве являются носителями патерналистской ментальности, сторонниками социально ориентированной политики государства. Именно с государством они привыкли связывать свои надежды на лучшую жизнь. Обеспеченные же граждане предпочитают больше полагаться на собственные силы и демонстрируют поэтому большую приверженность демократии. Хотя, как видим, и среди них большинство отдает предпочтение порядку.

Если посмотреть, как отвечали россияне на вопрос «Как вы считаете, что сейчас важнее для России — порядок или демократия?» в предыдущие годы, то отчетливо видно, что количество сторонников «порядка любой ценой» медленно, но неуклонно сокращается, а число сторонников демократии, наоборот, заметно выросло (более чем вдвое за последние пять лет). Так, предпочтение «порядку любой ценой» в 2006 г. отдали 68 % респондентов, в 2007 г. — тоже 68 %, в 2009 г. — 59 %, в 2010 г. — 56 %, а демократии — соответственно 11, 18, 18 и 23 % [5]. Как видим, число сторонников жесткого (авторитарного) правления постепенно уменьшается.

Порядок для россиян — это прежде всего синоним защищенности в самом широком смысле: обуздание преступности, личная безопасность, гарантии доступа к важнейшим социальным благам, равенство перед законом, определенный уровень материального достатка, возможность достойно жить на зарплату или пенсию и т. д. Нетрудно заметить, что гарантом такой безопасности является государство. И если человек в силу тех или иных причин утратил это чувство защищенности, то он вполне естественно стремится его вернуть и отдает предпочтение порядку — даже при условии, что для его установления «придется пойти на некоторые нарушения демократических принципов и ограничения личных свобод».

Обратим внимание на два обстоятельства. Во-первых, немалое число россиян весьма скептически относятся к демократии: для них она ассоциируется с «анархией и безвластием»; с «возможностью для каждого делать все, что он хочет»; с «пустой болтовней». И хотя таких скептиков — не большинство, но все же в совокупности их набирается 21 %, т. е. каждый пятый россиянин, мягко говоря, не горячий поклонник демократии. Нельзя, впрочем, не заметить, что подобные негативные ассоциации являются в значительной степени отражением неудовлетворенности людей тем вариантом демократии, который сложился в нашей стране.

Во-вторых, по-прежнему значительное число россиян воспринимают демократию сквозь призму своих социально-экономических интересов, связывая с ней свои надежды на лучшую жизнь. Эта ценностная установка сохраняется на протяжении последних двух десятилетий. Так, по данным социологических исследований конца 1980-х — начала 1990-х гг., большинство россиян изначально связывало ценности демократии не столько с политическими свободами, сколько с материальным благополучием. Именно убежденность в способности демократического государства обеспечить удовлетворение материальных потребностей граждан, экономическое процветание страны делало миллионы людей ценностными приверженцами демократии.

Разумеется, такое понимание демократии таило в себе серьезную опасность, ибо ставило отношение людей к новому политическому режиму в прямую зависимость от его способности быстро и без серьезных социальных издержек добиться коренного улучшения экономической ситуации. И как только общество в процессе реформ столкнулось с экономическими и социальными тяготами, наступило массовое разочарование в демократии.

Конечно, вполне закономерен вопрос: а разве порядок и демократия обязательно нужно противопоставлять? Разве невозможно их сочетание? Оказалось, что далеко не все (и даже не большинство) убеждены в этом. Так, утвердительный ответ на вопрос социологов «Как вы считаете, совместимы ли в наших российских условиях порядок и демократия?» дали лишь 36 % опрошенных. В то же время 16 % заявили, что «может быть порядок без демократии, но демократия без порядка — нет»; 13 % — что «одно противоречит другому»; 9 % — что «может быть демократия без порядка, но порядок без демократии — нет»; 9 % — что «может быть и порядок без демократии, и демократия без порядка» (еще 16 % затруднились ответить) [5].

2000-е гг. в нашей стране стали периодом стабилизации политической системы, преодоления сепаратистских, олигархических и анархических тенденций 1990-х гг. Собственно, все это и можно назвать «наведением порядка». И эти цели, по словам Президента РФ Д. А. Медведева, зачастую достигались методами «ручного управления». Однако после стабилизации политической системы в ней стали появляться признаки застоя, и митинги, которые прошли в конце 2011 — начале 2012 г., стали выражением накапливающегося в обществе недовольства характером сложившейся политической системы.

При этом большинство россиян поддерживает демократический вектор развития страны. Опросы социологов свидетельствуют о том, что ни в годы горба-

чевской перестройки, ни в ельцинский период, ни в настоящее время наше общество не ставило и не ставит под сомнение необходимость перехода от тоталитаризма к демократии таких его институтов и ценностей, как разделение властей, свобода слова, многопартийность, конкуренция, идеологический плюрализм, альтернативные выборы, снятие запрета на публичную критику должностных лиц и т. д. Другое дело, что «демократия по-российски» оказалась очень далекой от идеала из-за низкой эффективности новых политических институтов. Сформировавшееся у россиян представление о демократии социологии характеризуют как «благожелательный скептицизм»: благожелательное отношение к самой идее демократии сочетается в нем с крайне скептическим, а иногда и негативным отношением к большинству институтов, призванных претворять в жизнь эту идею (выборам, партиям, парламентаризму, свободе слова и т. д.) [2, 183].

В своей предвыборной статье «Россия сосредотачивается — вызовы, на которые мы должны ответить» В. В. Путин не случайно высказал тревогу по поводу того, что «у нас практически не происходит обсуждения того, что надо делать за рамками выборов, после выборов». По мнению В. В. Путина, «это не отвечает интересам страны, качеству развития нашего общества, уровню его образования и ответственности»; поэтому россияне «должны получить возможность обсуждать не только достоинства и недостатки политиков, что само по себе неплохо, а именно содержание политики, те программы, которые намечены осуществлять те или иные политические деятели; вызовы и задачи, которые должны быть в центре внимания этих программ. Как мы сможем улучшить нашу жизнь, сделать более справедливым общественное устройство. К какой вектор экономического и социального развития предпочтет. Нужен широкий диалог — о будущем, о приоритетах, о долгосрочном выборе, национальном развитии и национальных перспективах» [7].

Для достижения этой цели необходимо осуществить модернизацию политической системы, сделать ее более конкурентной и эффективной, лучше представляющей интересы граждан — в том числе за счет расширения масштабов их прямого участия в политике. Этому призваны служить инициированные Д. А. Медведевым меры: переход к всенародным выборам руководителей субъектов Российской Федерации; введение упрощенного порядка регистрации партий; отмена необходимости сбора подписей для участия в выборах в Госдуму РФ и в региональные законодательные органы; сокращение количества подписей избирателей, необходимых для участия в выборах Президента России; переход к смешанной избирательной системе выборов в Госдуму РФ; изменение порядка формирования Центральной и региональных избирательных комиссий; создание системы «Открытое правительство» и т. д.

Эти и другие меры уже начали воплощаться в жизнь. Судя по социологическим опросам, они пользуются поддержкой большинства россиян. Так что есть все основания полагать, что практическая реализация этих мер позволит преодолеть застойные тенденции и сделать политическую систему гораздо более эффективной. Особую роль в модернизации политической системы призван сыграть средний класс — пусть еще не столь многочисленный, как в развитых

странах Запада, но все же достаточно внушительный по размерам. Как отмечал В. В. Путин в упоминавшейся выше статье, «в 1998 году средний класс составлял от 5 до 10 % населения — меньше, чем в позднем СССР. Сейчас средний класс, по разным оценкам, составляет от 20 до 30 % населения. Это люди, доходы которых более чем втрое превышают средний заработок 1990 года». Но самое важное — это то, что представители среднего класса «могут выбирать политику. У них, как правило, уровень образования такой, что позволяет осознанно относиться к кандидатам, а не “голосовать сердцем”. Словом, средний класс начал реально формулировать свои запросы в разных направлениях» [7].

Подтверждением этого является фиксируемый социологами рост востребованности инструментальных ценностей демократии: за последние десять лет практически в два раза выросла доля респондентов, называющих в числе наиболее эффективных способов воздействия на власть в целях отстаивания своих интересов акции «прямого действия» — выход на улицу, участие в митингах и демонстрациях (рост с 6 до 14 %), а также в забастовках (рост с 6 до 13 %) [2, 189].

То, что средний класс начал это делать — совершенно неудивительно. Несмотря на свою относительную малочисленность, он способен оказывать заметное влияние на политические и общественные процессы в нашей стране. Образованные, материально обеспеченные, экономические активные представители среднего класса, будучи ценностными приверженцами демократии, выступают за модернизацию сложившейся в России политической системы, за новое качество государства, за социально-партийский характер его взаимоотношений с гражданским обществом. Их больше не устраивает сложившаяся в стране система представительства групповых и общественных интересов, в которой основная нагрузка ложится на политические партии: последние не пользуются доверием россиян, и не случайно поэтому они ищут альтернативные каналы и способы взаимодействия гражданского общества с властью.

Политическая активизация среднего класса и предъявление им запроса на более качественную демократию не являются чем-то неожиданным. Такие индивиды движимы стремлением к реализации постматериальных потребностей, они не желают мириться с произволом властей, с их неуважением к закону и человеку. Как писал Р. Инглхарт, «стремление к свободе и автономии универсальны и становятся приоритетными, как только выживание оказывается более или менее обеспечено. Основной мотив к развитию демократии — человеческое стремление к свободному выбору — начинает играть возрастающую роль, и люди начинают требовать политических свобод и демократических институтов» [3, 179]. О том же пишет и У. Бек: «Только те люди, которые имеют жилье, надежную работу и, следовательно, материально обеспеченное будущее, являются или могут стать гражданами, способными усвоить демократические правила поведения и наполнить демократию жизнью» [1, 115].

Эти люди выражают запрос на иное качество государственных институтов, на их большую «отзывчивость» в отношении массовых слоев населения. Этим людям не нравятся непрофессионализм и коррумпированность элиты, ее не внимание к проблемам рядовых граждан, нежелание и неготовность призна-

вать принцип равенства всех перед законом, строить и поддерживать равноправные, подлинно партнерские отношения с обществом. Эти люди хотят иного — более высокого в сравнении с имеющимся на сегодняшний день — *качества жизни*, обеспечить которое им сможет только более современное, более эффективное государство. И, судя по всему, они поняли, что продолжать по инерции и по давней нашей культурной привычке ожидать положительных перемен исключительно от власти — наивно; что лишь с помощью подлинно гражданской активности можно добиться реальной модернизации политической системы.

Очень перспективным в этом смысле представляется проект системы «Открытое правительство», практическая реализация которого уже началась. «Открытое правительство» призвано стать своеобразным «мозговым центром», который будет разрабатывать оптимальные решения стратегических и оперативных задач. С этой целью «Открытое правительство» должно объединить все уровни и ветви власти, общественных деятелей, экспертов и вообще всех неравнодушных людей, готовых участвовать в процессах реального управления государством, в выработке и экспертизе важнейших решений и программ. По словам Д. А. Медведева, «Открытое правительство» — это, по сути, «социальный лифт для самых активных и талантливых людей, кадровый резерв для обновления и пополнения исполнительной власти в центре и в регионах» [6].

Члены создаваемых в рамках «Открытого правительства» профессиональных экспертных сообществ и вообще все неравнодушные граждане получат возможность внести свой вклад в формирование социальной и экономической политики. Более того, по словам Д. А. Медведева, система «Открытое правительство» «должна создавать возможность и для участия активных граждан и экспертных сообществ в подготовке самих решений государственной власти. В конце концов разрушить абсолютную монополию чиновников на разработку и оценку результативности собственной деятельности» [4]. Будет совершенствоваться институт общественных и экспертных советов при органах исполнительной власти. Наконец, «Открытое правительство» — это «прозрачная, простая для граждан и эффективная система оказания государственных и муниципальных услуг», предполагающая повсеместное внедрение бесконтактных электронных технологий, минимизацию документооборота, а также возможности оценки действий чиновников. По мере распространения Интернета на всю территорию нашей страны «мы сможем полностью перейти к полноценной электронной идентификации граждан, наиболее эффективным механизмам электронной демократии» [Там же].

«Открытое правительство», таким образом, дает реальную возможность гражданам страны, и в первую очередь представителям среднего класса, включиться в процесс модернизации страны, ее политической системы. Тем самым у государства появляется шанс получить надежного союзника в лице неравнодушного и активного интернет-сообщества не только при разработке конкретных решений тех или иных проблем, но и при их практической реализации. А представители среднего класса, в свою очередь, получают надежный и очень

современный канал вовлечения в политическую и общественную жизнь страны, региона, города; шанс почувствовать себя востребованными, реализовать себя в каком-то важном и полезном деле.

- 
1. *Бек У.* Что такое глобализация? Ошибки глобализма — ответы на глобализацию. М., 2001.
  2. Двадцать лет реформ глазами россиян: опыт многолетних социологических замеров / под ред. М. К. Горшкова, Р. Крумма, В. В. Петухова. М., 2011.
  3. *Инглхарт Р.* Модернизация и демократия // Демократия и модернизация: к дискуссии о вызовах XXI века. М., 2010.
  4. *Медведев Д.* Жить долго и достойно [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/printable/2012/04/24/medvedev-gossoviet.html>
  5. Порядок или демократия? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/press/2011011802.html>
  6. Послание Президента России Д. А. Медведева Федеральному собранию (полная версия) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/news/polit/194609>
  7. *Путин В.* Россия сосредотачивается — вызовы, на которые мы должны ответить [Электронный ресурс]. URL: <http://www.izvestia.ru/news/511884>

*Статья поступила в редакцию 05.05.2012 г.*

УДК 316.745.3–054.7 + 331.55

**И. Б. Бритвина**

## **МИГРАНТЫ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ МЕТОДОЛОГИИ И МЕТОДИКИ**

Статья содержит анализ методологических и методических проблем изучения мигрантских сообществ в рамках социологического подхода. Предлагается рассматривать миграцию через взаимодействие трех субъектов миграционных процессов: отпускающего и принимающего сообщества, мигрирующей группы. Обосновывается система факторов, детерминирующих миграционное поведение. Автор предлагает анализировать субъектов миграционного взаимодействия с точки зрения многоуровневого подхода.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** миграция, мигрирующая группа, принимающая группа, отпускающая группа, детерминация поведения мигрантов.

В глобализирующемся мире миграционные процессы будут только нарастиать. По прогнозам Международной организации по миграции, к 2030 г. показатель миграционной активности населения в мире составит около 300 млн

---

БРИТВИНА Ирина Борисовна — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: [irinabritvina@yandex.ru](mailto:irinabritvina@yandex.ru)).

© Бритвина И. Б., 2012

человек. В докладе Организации Объединенных Наций «Замещающая миграция: является ли она решением проблемы сокращения численности и старения населения?» (2000) дан определенный ответ на вопрос «Нужна ли миграция развитым странам?». В этом документе однозначно утверждается, что иммиграция является единственной реальной альтернативой депопуляции в ближайшие десятилетия. Это красноречиво подтверждают следующие данные о вкладе иммигрантов в регистрируемую рождаемость в европейских странах: доля рождений у женщин-мигранток в общем числе рождений в 2004–2006 гг. составляла в Австрии, Дании, Италии, Франции 11–15 %; в Бельгии, Германии, Испании, Нидерландах и Швеции – 17–19 %; в Англии и Уэльсе – 22 %; в Швейцарии – 26 % [6]. Известно, что за счет международной миграции в 2005–2010 гг. население развитых стран увеличивалось в среднем на 2,2 % в год, а население развивающихся стран сокращалось на 0,5 % [12].

Новейшая история России связана с двумя волнами притока мигрантов. Первая имела место в последнее десятилетие XX в., когда распад СССР повлек за собой политические и экономические перемены в его бывших республиках, результатом которых стало перемещение на территорию России нескольких миллионов нетитульного населения вновь образовавшихся государств. По официальным данным, в целом с 1991 по 2001 г. в Россию въехало 7,1 млн человек, а выехало примерно 2,5 млн человек, из них 1,1 млн человек – в страны дальнего зарубежья [13, 6]. В составе иммигрантов преобладали этнические русские (до 80 % в некоторые годы), которые сочли необходимым вернуться в Россию, чтобы воссоединиться с представителями своего этноса и таким образом обеспечить более спокойное будущее своим детям и внукам. Вторая волна притока мигрантов (в начале XXI в.) связана с резким ухудшением социально-экономической ситуации во многих республиках бывшего СССР и с нормализацией этих процессов в России, что повлекло за собой значительное число иммигрантов, имеющих желание найти работу в России и обеспечить себя и свои семьи. В последнее десятилетие рабочая сила в Россию привлекалась более чем из ста стран. Из общего числа привлеченных 48,8 % – это граждане стран СНГ и 51,2 % – из других государств. Бесспорный лидер по предоставлению рабочей силы среди всех стран (32,6 %) и еще в большей мере среди стран СНГ – это Украина. Среди остальных стран – Китай, Турция и Вьетнам. Только в 2007 г., по данным Всемирного банка, в Россию приехали 12,1 млн человек. Страна по числу мигрантов оказалась на втором месте в мире после США. В определенной степени такая ситуация совпала как с экономическими, так и с социальными потребностями нашей страны, которая, по мнению официальных кругов, нуждается и в демографическом ресурсе, и в рабочей силе. В Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г. поставлена задача создания условий для интеграции иммигрантов в российское общество и развития терпимости в отношениях между местным населением и выходцами из других стран в целях предотвращения этноконфессиональных конфликтов [8]. Проблемы толерантности в контексте взаимодействия этнических мигрантов с местным населением принимающих социальных сообществ стали занимать важное место как особый раздел исследований в социологии

миграции [13, 30]. Актуальность этой тематики высока, так как по подсчетам исследователей во второй половине XXI в. мигранты и их потомки могут превысить половину населения России.

Краткий экскурс в историю миграционных трендов последних двадцати лет показывает необходимость пристального внимания к миграционным процессам, актуальность изучения которых только возрастает. И в западной, и в российской социологии имеется достаточное количество работ, посвященных анализу двух вышеобозначенных миграционных волн на территорию России. Автор статьи также посвятила несколько лет изучению проблем вынужденной миграции [2, 3]. Однако в большинстве работ конца XX – начала XXI в. в российской социологии рассматриваются прикладные проблемы вынужденной или трудовой миграции в отдельности, а работ, анализирующих феномен миграции как таковой, недостаточно. Мало системных работ по детерминации поведения мигрантов, хотя в сложившейся ситуации – это очень важный аспект анализа. Ощущается недостаток работ методического характера с выделением подходов и рекомендаций к изучению проблемы миграции.

Понятен глобальный масштаб происходящего в сфере миграционных перемещений, но опыт западных стран оказался «нерентабельным» как в самих этих странах, так и в России, хотя некоторые уроки Запада можно учесть. России нужно вырабатывать свои научные подходы анализа миграционных процессов, и делать это незамедлительно. В рамках данной статьи мы не претендуем на выработку общей и безупречной схемы изучения миграционных проблем, а лишь хотим наметить несколько важных, по нашему мнению, методологических и методических подходов анализа современной миграции с социологических позиций, которые могут помочь точнее отразить эту проблематику.

### **Сущность миграции**

В переводе с латинского «migration» означает перемещение, переселение. Но современная трактовка этого термина связана с пониманием миграции как социального процесса, имеющего причины, особенности протекания и специфические результаты, затрагивающего все другие сферы жизни общества. У миграции как общественного явления есть три параметра: 1) перемена индивидом координат своего пребывания (фактор мобильности); 2) намерение индивида улучшить свое материальное и (или) социальное положение (фактор потребностей); 3) стремление индивида обжиться на новом месте и считать его своей «второй родиной» (фактор стабильности) [1, 39]. Для понимания сути миграционного перемещения методологическим для российской науки является тезис Л. Л. Рыбаковского о трехстадийности миграционного процесса [10]. Как в западной, так и в отечественной науке в анализе миграционных процессов долгое время превалировал экономический подход. «Новая экономика» миграции в западной науке и «сетевая теория» обратили внимание исследователей на коллективно-групповую сущность миграционных перемещений. В нашей науке интерес к этой стороне миграционных процессов через изучение миграционного поведения стал формироваться в рамках социологического подхода

во многом благодаря исследованиям под руководством Т. И. Заславской. Выделить «социологию миграции» в отдельное направление исследований в начале XXI в. предложила Т. Н. Юдина. Она отмечает, что «в отечественной социологической науке проблемы миграции с позиций социологической теории исследованы недостаточно» [13, 168].

В рамках социологического подхода миграцию можно рассматривать через призму социальных взаимодействий и, как их результат, через изменения в образе жизни мигрирующего субъекта, ибо он вынужден в той или иной степени отказываться от прежних взаимодействий, сложившихся в стране исхода, и создавать новые отношения с теми, кто его принимает в стране предназначения. Сущность миграции нужно понимать как процесс и результат противоречивого, конфликтного социального взаимодействия отпускающей, принимающей общиной и субъектов перемещения. Нужно уточнить, что в результате миграционных процессов изменения происходят не только у субъекта миграции, но и у всех участников этого взаимодействия. В отпускающей и принимающей группах изменяются демографический, этнический, профессиональный состав, квалификационные характеристики работающего населения, соотношение коренного и некоренного населения и др. В процессе перемещения меняются и сами мигранты: они вынуждены меняться для того, чтобы успешно приспособиться к образу жизни принимающего сообщества. Таким образом, *миграцию* можно понимать как процесс и результат социального взаимодействия всех субъектов перемещения, содержание которого связано не столько с фактом перемещения, сколько с социальными изменениями всех сторон, участвующих в этом процессе: отпускающей группы, принимающей группы и мигрирующей группы (см. рисунок).

Нам представляется, что в современных условиях такой подход к анализу миграционных процессов является более плодотворным в силу специфики и сложности переплетения интересов трех общин, участвующих в миграционных взаимодействиях.



Субъекты миграционного взаимодействия

## Детерминация миграционного поведения

В 1990-е гг., когда потоки переселенцев из стран ближнего зарубежья хлынули в Россию, изучение детерминации поведения вынужденных мигрантов в российской науке во многом свелось к анализу причин миграции, а причины, в свою очередь, — к описанию обострения бытового и государственного национализма в «странах исхода». Изучение детерминации миграционного поведения в целом требует более полного и системного подхода.

В работах Т. И. Заславской в 1970-е гг. впервые аргументировано было доказано, что в основе миграционного поведения населения лежат факторы не только объективного (экономического) характера, но и субъективного, формирующегося в зависимости от стереотипов и установок мигрантов [13, 160]. Более современная «диалоговая модель интеграции» мигрантов, предложенная коллективом авторов под руководством Т. Н. Юдиной, также внесла вклад в изучение факторов, определяющих поведение иммигрантов с позиций социологического подхода, в изучение системы их взаимодействия с принимающим сообществом. Многие авторы, изучающие проблемы миграции, так или иначе касались этого вопроса [5, 9]. Как отражение западной теории «толчка — притяжения», в большинстве работ российских авторов конца XX в. факторы, детерминирующие поведение потенциальных мигрантов, делились на вытесняющие и привлекающие, т. е. критерий их разделения соотносился с границей между государствами [6].

Факторы, детерминирующие миграционное поведение, можно разделить на внешние и внутренние. Под внешними факторами мы понимаем все условия жизнедеятельности мигранта, занимающие внешнее положение по отношению к его личности. Под внутренними факторами — все, что относится к его личностной структуре (потребности, цели, ценностные ориентации, интересы, мотивы, установки, чувства, стереотипы, личностно-психологические особенности). В соответствии с этим подходом соотношение обстоятельств, детерминирующих миграцию, меняется. Все внешние по отношению к личности мигранта обстоятельства и в стране исхода, и в стране предназначения будут относиться к одной группе факторов. А все личностные, внутренние особенности переселенцев, детерминированные внешними обстоятельствами, будут относиться к другой группе. Такой подход позволяет обратить внимание на самого субъекта миграции. Также можно попытаться проанализировать взаимовлияние внешних и внутренних факторов, иерархизировать их для разных групп мигрантов, для отпускающего и принимающего сообщества, проследить изменения и действие внутренних факторов, как в стране исхода, так и в стране предназначения.

Анализируя субъектов миграционного перемещения, нельзя не заметить их социально-групповые особенности. Это прежде всего этнические характеристики, гендерные особенности, образовательная, имущественная дифференциация, семейное положение, профессионально-групповые черты и др. Внешние факторы воспринимаются потенциальными мигрантами по-разному, так как преломляются через их социально-групповые особенности, определяя форми-

рование внутренних факторов, детерминирующих миграционное поведение (потребности, интересы, цели, стойкие эмоциональные переживания, чувства).

Если выстраивать линейную схему детерминационных характеристик, то в самом общем виде она будет выглядеть следующим образом. Внешние факторы, специфически действующие в стране исхода и в стране предназначения, преломляются через социально-групповые особенности вынужденных мигрантов и, таким образом, дают вариативность проявления внутренних факторов, что приводит к дифференциации сценариев формирования мотивов, сценариев перемещения и адаптационно-интеграционных сценариев в стране предназначения. Само преломление мы понимаем как возникновение вариативности проявления характеристик в результате столкновения внешних факторов детерминации с социально-групповыми особенностями мигрантов, среди которых в современных условиях на первый план выходят этнокультурные особенности.

Миграция, как правило, изучается с точки зрения принимающего сообщества, гораздо реже — с позиций отпускающей группы и самой мигрирующей группы. Потребности и интересы мигрантов как бы априори известны и понятны. Именно поэтому нужно вести особый разговор о проявлении внутренних факторов у мигрирующей группы. Разные обстоятельства жизни в стране исхода и в стране предназначения формируют у них сложное переплетение потребностей, интересов, целей и мотивов, на которые влияют потребности и интересы отпускающего и принимающего сообщества, детерминируя установки потенциальных мигрантов на переезд и эффективность их адаптации на новом месте. Таким образом, внутренние особенности (факторы) принимающего и отпускающего сообщества становятся для переселенцев внешними факторами детерминации их миграционного поведения, что, в свою очередь, служит основой появления у мигрантов особых потребностей и интересов, а это напрямую влияет на эффективность их идентификации с принимающей группой.

### **Субъекты миграционного взаимодействия**

Нужно обратить внимание и на методические аспекты сбора и анализа информации о миграционных процессах. В миграционных перемещениях принимают участие три общности: отпускающая, принимающая и мигрирующая группы. Но трудность анализа связана с тем, что с социальной точки зрения все эти общности не маркируются, не определяются — нет четких критериев их фиксации на политическом, социальном, экономическом, правовом уровнях. Исследователи вынуждены за объект анализа брать жителей поселения, все коренное население конкретной страны или всех мигрантов, въехавших на территорию России в определенный период. Но мы не можем утверждать, что, например, все жители стран СНГ участвовали в процессе вытеснения русскоязычных, так же как мы не можем утверждать, что все жители России отрицательно или положительно относятся к трудовым мигрантам из других стран. Эта проблема осложняется еще и тем, что интолерантность к приезжим может иметь неосознанный характер, фактически быть скрытой, что не меняет ее интенсивности и

результативности. Она может проявляться разными способами: через перераспределение власти, через навязывание образа жизни, культурных обычаяев, через межличностные отношения, на бытовом уровне. Очень сложно анализировать эти процессы неприятия с принимающей стороны. Возникновение страха перед «чужими» может носить глубоко подсознательный характер, не фиксироваться в ответах на прямые вопросы, но тем не менее способствовать ухудшению интеграции мигрантов в принимающее сообщество. В итоге опросов получаются неконкретные, размытые данные, проблема не дифференцируется, ускользает от анализа или подменяется явлениями, которые лежат на поверхности, не отражая сущности происходящего. Для разрешения этой проблемы мы предлагаем понятие «принимающая общность» употреблять в широком и узком смысле. В широком смысле к такой общности будут относиться либо все граждане России, либо жители конкретного региона или населенного пункта. Именно при таком понимании результаты опроса мало что могут показать в плане анализа отношения россиян к мигрантам из других стран. В узком смысле к принимающей общности можно отнести только тех жителей города или региона, которые непосредственно находятся в каких-либо отношениях с мигрантами, знают их, живут по соседству, работают в одном коллективе и т. д. Такой подход позволяет более предметно выявить и изучить влияние отношения россиян на процессы интеграции мигрантов с жителями нашей страны.

Деятельность отпускающей и принимающей групп нужно анализировать на нескольких уровнях: на уровне государственной политики, который официально поддерживает миграцию населения с целью заработка в других странах, а также определяет законодательный фон приема и интеграции мигрантов; на региональном уровне; на уровне конкретного населенного пункта и на уровне конкретной социальной среды жизни и адаптации мигрантов. Проблема состоит в том, что не все эти уровни одинаково доступны для социологического анализа. Первый и второй уровни изучения отпускающих и принимающих сообществ (государственная и региональная политика) отличаются противоречивостью декларируемого и реального, что существенно затрудняет научный анализ. На деле законы могут не выполняться, региональные и муниципальные власти могут проводить свою политику, сообразуясь с необходимостью учета многих местных факторов. Все эти обстоятельства создают методически-технологические трудности для социологов.

Особый разговор о проблемах изучения самих мигрантов. Выше мы постарались объяснить целесообразность анализа миграционных процессов с точки зрения мигрирующей общности. Это важно как в системе детерминации миграционного поведения через изучение внутренних факторов, так и для понимания адаптационно-интегративных проблем, которые являются залогом эффективности нарастания идентичности приезжих с местным сообществом. Однако специфические характеристики группы мигрантов из других стран на территории России затрудняют изучение миграционных процессов с этой точки зрения. Среди таких проблем, прежде всего, количественные и качественные характеристики группы. Общеизвестно, что данные Федеральной миграционной службы (ФМС) России лишь примерно отражают ситуацию. Проблема неза-

конной миграции касается практически всех стран, не может ее разрешить и Россия. С 2002 г. работа ФМС была переориентирована на борьбу с незаконной миграцией, а в 2006 г. после pilotных экспериментов в ряде регионов амнистия для нелегальных мигрантов была объявлена по всей стране. Кроме того, были приняты законы, регулирующие трудовую деятельность неграждан на территории России, предусматривающие большие штрафы для работодателей, использующих труд иностранных рабочих, не имеющих официальной регистрации. Однако проблема далека от разрешения. Примерные данные об этнических характеристиках, странах исхода миллионов незарегистрированных мигрантов не дают возможности «строить» репрезентативные выборки, собирая достоверную информацию.

Проблемой для социологов является и «капсулирование» мигрантов, создание «этнических кварталов», стремление мигрантов культурно обособиться, пересекаясь с принимающим сообществом лишь вынужденно и дозировано. И дело даже не в поиске респондентов, а во властно-структурных характеристиках этих групп, что коррелируется с этническими особенностями и спецификой страны исхода. Мнение «рядовых» мигрантов, как правило, представлено через тех, кто возглавляет диаспору. Именно эти люди, давно обосновавшиеся в России, имеющие хорошее образование, плотно занимающиеся регулированием притока мигрантов из «своей» страны, дают интервью журналистам, ходят на официальные встречи, представляют диаспору на «круглых столах» и других научных форумах, озвучивая свое видение проблем мигрантов. Социологам не надо объяснять всю проблематику сбора информации через «лидеров общественного мнения». Кроме того, целый ряд других специфических характеристик групп мигрантов не вызывает энтузиазма у социологов, хотя надо отметить, что в период изучения «вынужденной миграции» в 1990-е гг. по понятным причинам ученые более охотно обращались к мнению рядовых мигрантов.

Но даже если социологи обращаются к изучению мнения самих мигрантов, то и здесь существует целый спектр методических проблем. Тот факт, что отпускающие страны не соответствуют России по уровню урбанизированности, обуславливает следующую особенность миграционного потока: переселенцы, зачастую будучи выходцами из сельской местности или из небольших поселений, в России стремятся обустроиться в крупных городах, не имея культурного опыта жизни в мегаполисе, не вписываясь в культурную логику городского образа жизни. Это обстоятельство существенно затрудняет процедуру опроса мигрантов, процедуру интерпретации полученных данных. Возникает и проблема преодоления языкового барьера. По этим причинам практически отсутствуют опросы мигрантов из стран дальнего зарубежья, которые составляют половину потока трудовых мигрантов, как мы отмечали выше. Социологи обращают внимание прежде всего на мигрантов из стран СНГ, полагая, что языковой барьер здесь не будет препятствием для сбора информации. Однако почти половина приезжих из стран ближнего зарубежья, по данным опросов в разных регионах России, ссылаются на плохое знание русского языка [4, 11]. Осуществленный на территории Свердловской области (2009) автором статьи

опрос детей-мигрантов школьного возраста, родители которых приехали в Россию на заработки из стран ближнего зарубежья, показал, что у большей части детей (57 %) матери в России не работают, т. е. не имеют стойкой мотивации на овладение русским языком. Стремление к обособлению значительно затрудняет языковую интеграцию мигрантов. Судя по тому, что, например, в Таджикистане в марте 2010 г. отменили для русского языка статус второго государственного, проблема незнания русского языка приезжими и их детьми будет только нарастать. Этнические таджики составляют большинство среди гастарбайтеров Свердловской области, велика их доля среди мигрантов и в целом по России. Таким образом, мнение мигрантов заменяется мнением «говорящих и понимающих» русский язык, кроме того возникают проблемы жесткой стандартизации опросов и интерпретации полученных данных.

Таким образом, пафос нашей статьи направлен на доказательство того, что логика современной жизни обуславливает необходимость изучения групп мигрантов из других стран именно с социологических позиций, несмотря на методологические и методические трудности их анализа. Мы считаем, что необходимость изучения мигрантов обусловлена глобальными характеристиками современных миграционных процессов, особенностями миграционных трендов на территории России, а также актуальностью анализа внутренних факторов детерминации миграционного поведения, которые выделяются именно на основе учета социально-групповых характеристик переселенцев. Специфические культурно-этнические характеристики современного миграционного потока, его количественные параметры, а также малоизученная специфика интересов приезжих, сниженный уровень потребности в идентификации с принимающим сообществом выводят при анализе миграционных проблем на первый план проблему изучения самих мигрантов, мигрантских сообществ, структурно-властных характеристик этнических диаспор, что позволит не только усилить эмпирическую базу анализа, но и существенно продвинуться в системном понимании проблем миграции на территории России.

- 
1. Болдырева С. К., Колесов Д. В. Миграция. Сущность и явление. Москва ; Воронеж, 2004.
  2. Бритвина И. Б. Отношение жителей провинциального города к вынужденным мигрантам // Социол. исслед. 2006. № 2. С. 117–119;
  3. Бритвина И. Б., Киблицкая М. В. Жизнь мигрантки в моногороде : моногр. М., 2004.
  4. Гриценко Г. Д., Маслова Т. Ф., Кобзева Н. В. Черты к «портрету» трудового мигранта // Социол. исслед. 2007. № 8. С. 125–127;
  5. Дощцин Ю. Л., Лапин Н. Н. Социальная значимость факторов вынужденной миграции // Там же. 2001. № 1. С. 92–96;
  6. Дощцин Ю. П., Лапин Н. Н. Вынужденные переселенцы в крупном промышленном городе Сибири // Там же. 1995. № 9. С. 96–99.
  7. Захаров С., Сурков С. Миграция и рождаемость в России // Демоскоп Weekly : электрон. версия бюл. «Население и общество». 2009. № 399–400. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2009/0399/tema01.php> (дата обращения: 09.03.2012).
  8. Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года : утв. Указом Президента РФ № 1351 от 9.10.2007 г. [Электронный ресурс]. URL:

[http://www.demographia.ru/articles\\_N/index.html?idR=5&idArt=947](http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=5&idArt=947) (дата обращения: 12.03.2012).

9. *Петров В. Н.* Этнические миграции в современной России: детерминанты и типология // Социол. исслед. 2009. № 10. С. 48–57.
10. *Рыбаковский Л. Л.* Миграционный обмен населением между Центральной Азией и Россией // Там же. 1995. № 9. С. 89–95.
11. *Тюрюканова Е. В., Леденева Л. И.* Ориентации детей мигрантов на получение высшего образования // Там же. 2005. № 4. С. 94–100.
12. *Щербакова Е.* Тенденции международной миграции по данным ООН пересмотра 2008 года // Демоскоп Weekly (дата обращения: 09.03.2012).
13. *Юдина Т. Н.* Социология миграции : учеб. пособие для вузов. М., 2006.

*Статья поступила в редакцию 14.03.2012 г.*

# ЛИЧНОСТЬ И ОБЩЕСТВО

УДК 328.185 + 316.462 + 343.36

**Ю. А. Ермаков**

## **«ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЖИВОТНОЕ» В КОНТЕКСТЕ КОРРУПЦИИ**

Статья посвящена анализу антропологических корней коррупции как порока человеческой цивилизации. Автор считает, что сила воздействия инстинктивных программ присвоения чужого, свойственных приматам, на сознание и поведения современного человека, в особенности чиновника, должна учитываться в построении антикоррупционной политики. Тогда борьба государства и общества с этим пагубным явлением может быть достаточно эффективной.

**Ключевые слова:** коррупция, приматы, иерархия, власть, инстинктивная программа поведения, чиновник, государство, правонарушение, политика, эффективность.

Сегодня многие страны и народы, включая самые развитые, становятся все более озабоченными ростом масштабов и пагубностью влияния коррупционных явлений на успешное развитие человеческой цивилизации. Устойчивость общественного прогресса, эффективность государственного управления, демократизм политических отношений социальных групп и классов, наконец, этическая полноценность жизнедеятельности индивидов в социуме — все это, как и многое другое, подвергается разлагающему воздействию коррупции. При этом нельзя забывать, что в истории человечества нет ни одной важной сферы общественной жизни, которая сумела бы избежать ее тлетворного влияния.

Действительно, коррупция — не новое явление, оно идет из глубокой древности. Упоминание о ней уже есть в архивах Древнего Вавилона. В римском праве и латинском языке коррупция трактовалась как порча, упадок, разрушение, подкуп, совращение, нарушение, фальсификация, осквернение, преврат-

---

ЕРМАКОВ Юрий Александрович — доктор философских наук, профессор кафедры социально-политических наук Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: [Yuriii.Ermakov@usu.ru](mailto:Yuriii.Ermakov@usu.ru)).

© Ермаков Ю. А., 2012

ность, преступление, притон, искажение, обогащение, слом, расторжение [5]. Н. Макиавелли объяснял, например, падение Рима расцветом коррупции и разврата. Т. Гоббс считал коррупцию причиной, порождающей «презрение ко всем законам» [2, 234]. В России с древних времен известны такие коррупционные явления, как кормление, мздоимство, посул, лихоимство, поборы, взяточничество, кумовство, протекционизм, «бллат» и многие другие. В царствование Ивана III коррупцию ограничили законодательно, а Иван Грозный впервые ввел смертную казнь за чрезмерность во взятках.

И сегодня десятки тысяч участников российского общественного движения «За честные выборы», «За честную государственную власть», которые в конце 2011 г. и в начале 2012 г. вышли на площади и улицы российских городов, выражают протест против фальсификаций на выборах, против произвола чиновников и применения ими пресловутого административного ресурса, другими словами — против политической коррупции.

Следует упомянуть и тот факт, что в нынешних панарабских волнениях и мятежах народные массы в Тунисе, Египте, Ливии, Алжире, Бахрейне, Сирии, других государствах Северной Африки и Ближнего Востока также требуют в качестве первоочередной меры от своих правительств — прекратить разлагающую государство и общество коррупцию.

Вместе с тем ООН уже приняты Конвенция и Глобальная программа против коррупции, разработаны десятки документов по ее предотвращению в международной сфере. Совет Европы и Евросоюз также приняли свои антикоррупционные декларации и, кроме того, создали ГРЕКО — постоянно действующую международную организацию, оказывающую практическую помощь различным странам, включая Россию, в борьбе с этим пагубным явлением.

Следует сказать, что и Россия ратифицировала большинство международных документов, направленных на борьбу с коррупцией. Помимо этого в стране принят ряд законодательных актов, включая федеральный и региональные законы о противодействии коррупции, президентские указы о декларировании доходов и расходов чиновников, о создании специальных правоохранительных подразделений в судах и Следственном комитете РФ, направленных на искоренение коррупции среди должностных лиц в государственных органах власти. Однако, несмотря на активное формирование российской антикоррупционной политики, предполагающей участие высших лиц государства и множества общественных организаций, Россия, по данным международной организации «Трансперенси Интернешнл», стабильно занимает 143-ю и ниже позицию по масштабам коррупции, оказываясь в ряду с такими странами, как Азербайджан, Афганистан, Гамбия, Индонезия и им подобные. При этом объем коррупции достигает в России гигантской суммы — 300 млрд долл. [1, 4].

Сила и живучесть коррупции, ее глобальность и многоликость, непреодолимая притягательность для должностных лиц и чиновников отчасти объясняются следующим обстоятельством, выявленным в различных научных исследованиях. На рациональном уровне люди оценивают коррупцию отрицательно, однако очень часто в глубине души воспринимают ее не только как непобедимое, вездесущее, всепроникающее явление, но и как естественное, свойственное

самой природе человека [4]. Может быть, в этом глубинном и подсознательном ощущении есть зерно истины?! Другими словами, может быть, в борьбе с коррупцией следует учитывать и антропологическую глубину, экзистенциальность родственных коррупции природных программ бессознательного поведения человека? Ведь не следует забывать, что мы имеем близких, похожих на нас, генетических родственников — человекообразных обезьян. Установлено, что ДНК человека и шимпанзе на 95 % совпадают! При этом пятипроцентное расхождение — результат независимой эволюции в течение 10 млн лет. Еще раз подтверждается хорошо известное и гениальное определение Аристотелем человека как «животного политического». Конечно, великий знаток зоологии и животных Аристотель в своей «Политике» в первую очередь похвалил человека, сделав акцент на слове «политическое». Но, может быть, стоит пристальнее посмотреть на «животные» основания поведения человека в политике и обществе, раскрыв при этом родственность природных программ жизнедеятельности приматов, включая высших.

В самом деле, этологи, например, давно разоблачили сказку о первобытном коммунизме как выдумку гуманистов, ничего общего с подлинной историей возникновения человека не имеющую. У предков человека — гоминид — в организации общностей господствовала устойчивая иерархия: вверху пирамиды располагались доминантные и субдоминантные особи, внизу — «подонки», которыми можно помыкать. Иными словами, власть была проявлением законов построения иерархий не только в животном, но и в первобытном человеческом мире. С набором этих инстинктивных программ люди впоследствии вступили в имущественные, экономические отношения между собой. Агрессия, иерархия и доминирование у разных видов общественных животных служат для этологов ключом к объяснению их врожденных программ, нацеленных, например, на присвоение чужого добра<sup>1</sup>.

Так, у приматов существует программа отнятия различных благ у своих сородичей, стоящих на нижних ступенях иерархии. При этом осуществляется она без применения физической силы, «по праву» господства и доминирования. Так, подчиненные особи покорно и безропотно отдают те свои блага (пищу, самок и т. п.), которые вызвали интерес доминанта. Разве такое получение «статусной ренты» не напоминает получение чиновниками, должностными лицами подношений от отдельных просителей или коммерческих фирм?

Точно также очевидно коррупционное использование чиновниками своего властного положения и доминирования и в случае классического конфликта интересов, толкающего участвовать в сделках, приобретать должности или удовлетворять коммерческий интерес, что несовместимо с официальным положением чиновников и их обязанностями, по закону исключающими личное обогащение.

Еще одна инстинктивная программа, многократно описанная этологами, — это захват и удержание самого источника благ: богатого кормом места, плодоносящего растения, источника воды, стада малоподвижных животных и т. п.

---

<sup>1</sup> При описании инстинктивных программ поведения приматов автор берет примеры из [3].

(Как здесь ни вспомнить агрессивный дележ бюрократией природных ресурсов — нефти, газа, металлов, леса, воды и т. п.?) Захваченное добро при этом удерживается силой: всех других претендентов прогоняют. Естественно, что удержать за собой источник благ может лишь сильная особь. Поэтому для посторонних сам факт обладания этим благом — признак силы и власти.

У человека подобная программа проявляется еще в раннем детстве, например, в борьбе внутри детсадовской группы за самые интересные и привлекательные игрушки. Однако облеченные властью взрослые дяди уже нередко на вполне законных основаниях и часто силовым образом присваивают себе ценные общественные ресурсы — землю, предприятия, недвижимость, транспорт, предметы искусства и т. д. Или, например, осуществляют себе во благо нецелевое, мягко говоря, расходование бюджетных средств. А в худших случаях получают «откаты» от бизнесменов, частных фирм за приоритет в предоставлении им государственных заказов, имущественных льгот, налоговых послаблений. Иными словами, по своему усмотрению и произволу распоряжаются и торгают захваченными «источниками благ» (например, долями госбюджета).

Есть еще животные программы заполучения чужой собственности, имеющие аналогии у людей в рамках их действий соответственно занимаемому месту в общественной иерархии. Так, простейшая животная программа отнятия чужого имущества благодаря физическому превосходству (ограбление) достаточно явно напоминает о себе в чиновничьем вымогательстве — принуждении человека заплатить деньги или предоставить другие ценности в обмен на бюрократическое действие или бездействие. И наоборот, элементарное воровство у животных, когда стоящая на нижних ступенях иерархии особь тайно похищает у более высокой по рангу какие-либо ценности, у людей может обнаруживаться в том, что называется растратой казенных средств — кражей общественных ресурсов людьми, получившими к ним по тем или иным причинам бесконтрольный доступ. Животные, применяя разные уловки, воруют тайно, а стащив, припрятывают или незаметно поглощают; нечистый на руку служащий, похитив чужое, поступает аналогичным образом.

Чрезвычайно интересна в контексте коррупции такая программа, как мошеннический обмен, развитая, например, у обезьян и ворон. Это очень хитрая программа, направленная на то, как обдурить партнера, подсунуть ему не то или захватить оба предмета, которыми меняются. Надо ли говорить, что и у человека такой нечестный обмен тоже развит. Как говорится, не обманешь — не продашь. Этот обмен можно квалифицировать как мошенничество — поведение чиновников, направленное на обман, одурачивание человека или юридического лица для собственной выгоды или выгоды третьей, аффилированной с чиновником стороны.

Есть еще несколько животных программ построения иерархий и удержания в них власти доминантами и субдоминантами, аналоги которых можно найти в коррупционных правонарушениях в человеческом обществе. Так, среди стадных собаколовых обезьян — павианов, бабуинов, гамадрилов — борьба за иерархический ранг составляет дело всей их жизни, поскольку доминантное положение позволяет иметь больше самок, пищи, увеличивать территорию стада.

А занимающие низший ранг обезьяны, особенно те, кто находится на дне пирамиды («подонки»), постоянно испытывая страх и пребывая в стрессе, чаще болеют, меньше живут. Но и у людей в авторитарном государстве тиран, как правило, окружен сатрапами, которые проявляют жесткость, подлость и агрессивность к нижестоящим. При этом иерархи стадных обезьян никогда не делятся с нижестоящими тем, что добыли сами, но отдают им отнятое у других, то, что оказалось им ненужным, что невозможно спрятать за щеку или съесть. Этими подачками они проявляют не столько заботу о ближнем, сколько утверждают свой ранг, свое господство.

Так и чиновники предоставляют в пользование общественные ресурсы или даруют государственные услуги своим знакомым, друзьям, родственникам в соответствии с их принадлежностью к определенной партии, религии, роду, секте, другим предпочтительным общественным формированиям. Таким образом эти группировки обретают коррупционный статус фаворитов, простейшее проявление которого кумовство — выдвижение руководителем своих близких на государственные и «хлебные» должности.

Приведенные нами примеры захвата, присвоения, хищения приматами чужой собственности позволяют предположить, что многие коррупционные правонарушения имеют своими предпосылками инстинктивные программы поведения человека. Причем хорошо известно, что врожденную мотивацию своего поведения человек, как правило, не чувствует, считая, что он сам так решил, так он хочет, так ему надо, при этом объясняет свое поведение путано и неадекватно. А между тем — и это очень важно — данные программы запускаются при наличии в его жизни иерархий, доминантного положения и власти, которая, как известно, разлагает, а «абсолютная власть разлагает абсолютно». Иными словами, в господстве над другими людьми человек очень рискует разблокировать свои природные программы поведения и «одичать», «озвереть», вновь став при этом существом вороватым, как и его животные предки.

Эти факты и обстоятельства позволяют сделать несколько важных выводов, необходимых для построения государственной антикоррупционной политики. Ясно, что взыванием к совести чиновников, повышением их образованности и довольствия, установлением им в целях смягчения коррупционной мотивации новых льгот и привилегий природно-бессознательные предпосылки коррупции не искоренить. Более того, можно только значительно увеличить масштабы коррупции. Также недостаточны, хотя и нужны, контроль за деятельность госаппарата со стороны гражданского общества и формирование антикоррупционного мировоззрения у населения. Эти чисто общественные меры являются лишь паллиативом, имеющим временный эффект.

Гораздо важнее в антикоррупционной политике создать эффективную комбинацию системных решений по формированию соответствующего законодательства, норм и институтов — с мобилизацией персональной ответственности за должностное поведение — и увеличить таким образом цену потерь (свободы, имущества, общественной репутации, хорошей пенсии, авторитета в семье) для коррумпированных должностных лиц. Ведь в отличие от преступлений в состоянии аффекта, когда преступник не думает о возможности быть пойманым

и лишенным свободы, лица, вовлеченные в коррупционную деятельность, обычно знают законы, которые они нарушают, и тщательно скрывают свои деяния. Поэтому такой природный инстинкт, как страх, является ключевым фактором в сокращении сферы действия коррупции и обуздании разрушительных инстинктов должностных лиц, чиновников. В противном случае – без страха перед строгим законом и антикоррупционной политикой – коррупцию будут воспринимать как «малорискованную и высокоприбыльную» деятельность.

Кроме того, в силу принципиальной непреодолимости природных программ важно ликвидировать сам потенциал коррупционного поведения, достаточно часто скрытый в принимаемых в нашей стране законах. Для этого нужна квалифицированная антикоррупционная экспертиза. И следует по возможности исключить личный контакт чиновников с населением, опосредуя его, например, Интернетом. Четкая и детальная регламентация должностных действий чиновника также будет содействовать изживанию коррупционных деяний.

Главное, антикоррупционная политика как очистительный механизм для государственный машины должна осуществляться постоянно и системно, не ограничиваясь политическими кампаниями, приуроченными, например, к выборам. Только тогда мощь влияния деструктивных природных склонностей человека может быть снижена, а государство станет более чистым и эффективным инструментом в решении общественных проблем.

- 
1. Аргументы и факты. 2011. 30 марта – 5 апр.
  2. Гоббс Т. «Левиафан», или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. М., 1936.
  3. Дольник В. Р. Этологические экскурсии по запретным садам гуманитариев // Природа. 1993. № 1–3.
  4. Ермаков Ю. А. Феномен коррупции в сознании горожан // Теневая экономика: проблемы диагностики и нейтрализации. Екатеринбург, 2004. С. 156–168.
  5. Латинско-русский словарь / сост. И. Х. Дворецкий. 5-е изд. М., 1998. Ч. 1. (лат.).

*Статья поступила в редакцию 10.05.2012 г.*

# ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 72.03(73) + 72.036 + 721.012.183

**Т. Ю. Быстрова**

## **ЭВОЛЮЦИЯ АРХИТЕКТУРЫ ЛУИСА КАНА**

Исследуется творческая биография американского архитектора Л. Кана, традиционно считающегося представителем модернистской (порой необруталистской) архитектуры. Изучение высказываний и контекста творчества Л. Кана дает основания сделать вывод об эволюции его взглядов — возрастании внимания к онтологии света, становящегося главным выразительным средством архитектора.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** Луис Кан, функционализм, модернизм, свет в архитектуре, социокультурные предпосылки архитектуры, художественная галерея Йельского университета, дом Эшерик, Первая унитаристская церковь в Рочестере, Национальная ассамблея в Бангладеш.

Свет — причина слаженности и блеска во всем сущем.

*Псевдо-Дионисий*

В центре нашего исследования — творческая биография американского архитектора Луиса Исидора Кана (1901–1974). Жанр творческой биографии не характерен для работ в области истории архитектуры, стремящихся в основном систематизировать сведения об основных постройках. Предметом нашего изучения является личность архитектора в многообразии ее проявлений, включающих интервью, высказывания, черновики, эскизы и т. д. Именно это дает возможность лучше понять мировоззренческие и концептуальные установки творца, без которых невозможно формообразование. Подобная методология, вырастающая из гуманитарных подходов — герменевтики, «понимающей социологии», теории диалога и т. п., — позволяет рассматривать конкретный архи-

---

БЫСТРОВА Татьяна Юрьевна — доктор философских наук, доцент, профессор кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: taby27@yandex.ru).

© Быстрова Т. Ю., 2012

тектурный объект во взаимосвязи с другими объектами и артефактами, обстоятельствами времени его появления, умонастроением создателя.

Этап модернизма, когда-то изученный достаточно всесторонне, сегодня нуждается в переосмыслении в силу появления новых рационалистических тенденций в архитектуре и дизайне,вольно или невольно воспроизводящих идеи предшественников. Л. Кан интересен тем, что начинает как функционалист, достаточно быстро осознает узость техницистского подхода и фокусирует внимание на осмыслении роли света и материала в архитектуре. «Здание начинается светом, а заканчивается тенью», — повторяет Кан поэтическую строчку. Это — лейтмотив полувекового процесса творчества. Можно кратко очертить его траекторию: от функционального стиля 1930-х гг. — через модернистские постройки 1950-х — к по-прежнему лаконичным и все же имеющим совсем другое, медитативно-сдержанное звучание общественным и частным постройкам завершающего периода, каждая из которых представляет собой своего рода вселенную.

Из-за предельного лаконизма форм работы Кана могли бы показаться пресными, если бы не всякий раз новое световое решение, мгновенно добавляющее сильных неповторимых эмоций. Он медленно растет и поздно формируется — значит, есть чему формироваться. Чудо мгновенного обретения себя случается в Греции, во время путешествия по Европе. «Я заметил, что колонна создается светом», — напишет позже Л. Кан<sup>1</sup>. И напротив, свет организуется двумя стоящими рядом колоннами. Вот и все. Из небольшого наблюдения вырастает философия творчества.

Для того чтобы научиться видеть *так*, действительно требуется подготовка и время. Он прошел этап «чистого» модернизма, соответствующий ему как формально, так и социально-идеологически. Ему было пятьдесят в момент получения первого заказа, принесшего широкую известность. И на десять лет больше — когда пришли признание и слава.

Мальчик, которого сначала звали Итце-Лейб Шмуиловски, родился в 1901 г. в еврейской семье, которая эмигрировала в США, когда ему было пять лет. Отец Кана увез семью, опасаясь, что его призовут в армию во время Русско-японской войны. В Америке поначалу семья жила настолько бедно, что мальчику не могли купить карандаши и заменяли их угольками из печи. Пишут, что еще в трехлетнем возрасте он любовался огнем в печи, потом решил выложить горящие угли в фартук и опалил лицо. Так что тему огня и света подсказала сама жизнь.

В 15 лет он выполнил свой первый проект, где особенности творческого почерка, естественно, еще не могли проявиться. После окончания школы Л. Кан начал посещать довольно академичное по своей направленности архитектурное отделение университета в Пенсильвании, возглавляемое профессором Полом

<sup>1</sup> Здесь и далее приводятся высказывания Л. Кана, взятые из ряда книг на иностранных языках при первом написании статьи в 2004 г., доступ к которым сегодня невозможен для автора. Поэтому отсутствует ряд источников и страниц, откуда взяты цитаты.

П. Критом (Cret). «Пенн тогда был замечательной школой, глубоко религиозной, не в смысле следования определенной религии, но в том, что трансцендентальное рассматривалось как ценное и значимое», — вспоминал архитектор. Между двух мировых войн ему, как, наверное, большинству молодых людей того времени, требовалась опора. Корни, традиции. Их дал университет, который юноша закончил в 1924 г. со степенью бакалавра архитектуры, а также европейский образовательный тур, предпринятый им в 1928 г. Особое впечатление произвели Каркассон и замки Шотландии. Л. Кан научился ценить классическую архитектуру, воплощавшую в себе закономерности мироустройства. «Центральным понятием стала для Кана форма в трактовке, которую дал ей Аристотель, — определенность вещи, структурная основа ее видовой характеристики, в которой реализуются законы природы и определяется взаимосвязь элементов. Классическая архитектура для Кана — высокое проявление способности человека познать и воплотить закономерности мира», — отмечает А. В. Иконников [1, 172].

Л. Кан никогда не стремился имитировать формы далекого и близкого прошлого, но лаконизм и монументальность большинства его построек подтверждают увлечение историей. Архетипическая простота основных форм и конструктивная ясность построек говорят о стремлении следовать классическим образцам, поэтому нельзя относить архитектора лишь к «чистым» функционалистам. В его интересе к естественному свету явно заметно воздействие модернистских постулатов Ле Корбюзье, у которого он, как представляется, научился еще одной сильной черте: умению сформировать максимально объемное внутреннее пространство в относительно небольшом по размеру объекте. Постепенно работа со светом сделала его важнейшим элементом архитектурного проектирования, фирменным знаком построек Кана и основным направлением его творческих размышлений, приобретающих все более метафизический характер. «Материал живет благодаря свету, мы существуем благодаря свету, горы живут благодаря свету, деревья живут благодаря свету, атмосфера существует благодаря свету. Все, что есть, существует благодаря свету», — говорит он. Размышления над природой и необходимостью света уводят Луиса Кана от функциональной версии модернизма, к которой он легко мог бы прийти под влиянием американской pragmatической философии, широко распространенной в эти годы. Этому, как ни парадоксально, препятствовал интернациональный характер образования архитектора, хорошо знавшего историю европейского зодчества.

В 1932 г. Луис Кан и Доминик Бернинген создали архитектурно-исследовательскую группу, участники которой обсуждали различные социальные программы, а также интересовались эстетикой европейского авангарда. В это кризисное и тяжелое для Америки время архитектор разрабатывал проекты для государственного жилищного фонда, которые не были реализованы. А. В. Иконников пишет о том, что Кан работал помощником у второразрядных архитекторов и изредка выполнял небольшие самостоятельные проекты в «интернациональном стиле» [1, 164].

В 1937 г. (по другим данным — в 1935 г.) Кан открывает собственное архитектурное бюро в Филадельфии. Вскоре его партнерами становятся Джордж

Xay (George Howe) и Оскар Стоноруу (Oskar Stonorov). Вместе они готовят интересный проект поселения Carver Court Housing в Коатсвилле (Coatesville) в Пенсильвании (1941–1944).

**Дом Осер.** Дом Осер (рис. 1), хорошо характеризующий мышление Л. Кана на раннем этапе творчества, построен на территории Элкинс-парка в Филадельфии. Архитектурный словарь автора здесь еще чрезвычайно прост. Дом составлен из двух кубических объемов. Деревянная часть была расширена в последующее время.



Рис. 1. Дом Осер. Филадельфия, США. 1940–1942. Арх. Л. Кан [9]

«Я начал работать под влиянием европейской школы и только через двадцать лет смог найти свой стиль», — признавался Кан. Представляется, что он был по-европейски нетороплив, склонен к созерцательности и рефлексии и оттого казался несколько старомодным студентам знаменитого Йельского университета, которым начал преподавать после Второй мировой войны. Общение с ними привело к развитию педагогических и теоретических способностей Л. Кана, в свою очередь, обеспечивших переход его архитектуры на качественно новую ступень.

**Художественная галерея в Нью-Хейвене.** В рамках преподавательской работы, позволившей еще раз познакомиться с великим классическим наследием Италии, Греции и Египта, он проектирует вместе с Дугласом Орром художественную

галерею (1951–1953) в Нью-Хейвене (рис. 2). Видимая конструкция опор и тетраэдры объемов делали здание знаковым — для Нью-Хейвена это был первый объект современной архитектуры.

Простота здания художественной галереи Йельского университета в Нью-Хейвене до некоторой степени обманчива: дом буквально начинен различными техническими инновациями, а также тонко учитывает разнообразный и довольно эклектичный исторический контекст. Материалами служат камень, бетон, стекло и сталь. Открытые железобетонные перекрытия опираются на массивный каркас. Основным выразительным средством является свет [6]. Чистый целостный объем, в котором брутальный бетон контрастирует с нерегулярным ритмом оконных перекрытий, превращает объект в подобие художественного произведения наступающей эпохи абстракционизма.

К числу технических новинок можно отнести полые бетонные конструкции в форме тетраэдров, которые выполняют роль воздуховодов, тем самым уменьшая расстояние между этажами. Сплошное остекление — тоже новинка для начала 1950-х гг. Первоначально в здание входили не только выставочные пространства, но и студии для занятий искусством и архитектурой. Архитектор предусмотрел трансформацию пространства раздвижными стенками. По мере того как экспозиция разрасталась, открытые пространства музея были разделе-



Рис. 2. Художественная галерея в Нью-Хейвене, США. 1951–1953. Арх. Л. Кан [6]

ны на более мелкие галереи, что негативно сказалось на освещенности интерьера. Сегодня здание успешно реконструировано в своем первоначальном виде и продолжает функционировать.

Как видно по этой, во многом программной, постройке Л. Кана, здесь форма всегда выражает сущность, то самое трансцендентальное, тягу к познанию которого архитектор вынес из собственных студенческих лет. В отличие от «чистых» функционалистов, Кан не отождествляет сущность и функцию. (Так, у Платона, форма — это назначение и смысл.) Быть может, отсюда — его тяга и доверие к свету, самому бестелесному и самому важному архитектурному и художественному средству. Концепция формообразования излагается много-кратно и выглядит примерно так: «Очертания здания должны прочитываться как гармоническое целое пространства, облеченного в свет. Само пространство, которому, собственно говоря, необходимо быть темным, должно содержать в себе как минимум столько света, сколько требуется для того, чтобы узнать, как темно внутри него. Любое пространство нужно определять из его собственной структуры и присущего ему естественного света».

«Пространству без естественного света нет места в архитектуре. Искусственный свет — это свет ночи, он идет от закрепленных светящихся тел, и его невозможно сравнить с непредсказуемой игрой естественного света», — писал Луис Кан. Урс Бюттикер, исследовавший двадцать четыре тысячи эскизов и документов архива Кана, находит шестьдесят различных вариантов прохождения света во внутреннее пространство помещений: непосредственное попадание, рассеивание, световые шахты, козырьки, отражающие плоскости. Можно сказать, что свет у Кана создает само тело архитектуры: «Всякое пространство следует определять из его структуры и присущего ему естественного света». Деление на внутреннее и внешнее, интерьер и ландшафт оказывается весьма условным при таком подходе: наличие естественного света, его настроение и состояние важны для тех, кто находится внутри.

**Дом Эшерик (Esherick House).** Урс Бюттикер, автор книги «Свет и пространство», говорит об Esherick House Луиса Кана (рис. 3) — это «дом, который при каждом посещении показывает другой характер в зависимости от освещения и времени года».

Луис Кан и заказчик дома Уортон Эшерик (Wharton Esherick) были друзьями и вместе работали неподалеку от Филадельфии. Критики называют дом Эшерика «праздником света и материальности» [4]. В этой компактной постройке почти непостижимым образом архитектор соединяет интимность и монументальность, возвращая дому его первоначальный сакральный смысл — любой дом есть микрокосмос. Первая составляющая — материальность или, как сегодня сказали бы, гаптичность<sup>2</sup>. Зримая осязательность небольшого дома задается теплым бежевым тоном, фактурой натурального дерева апитонг, спокойными и ясными линиями, подчеркнутой прозрачностью здания.

<sup>2</sup> Гаптический (от греч. *haptikos* — осязательный) — принадлежащий чувству осязания, относящийся к чувству осязания.

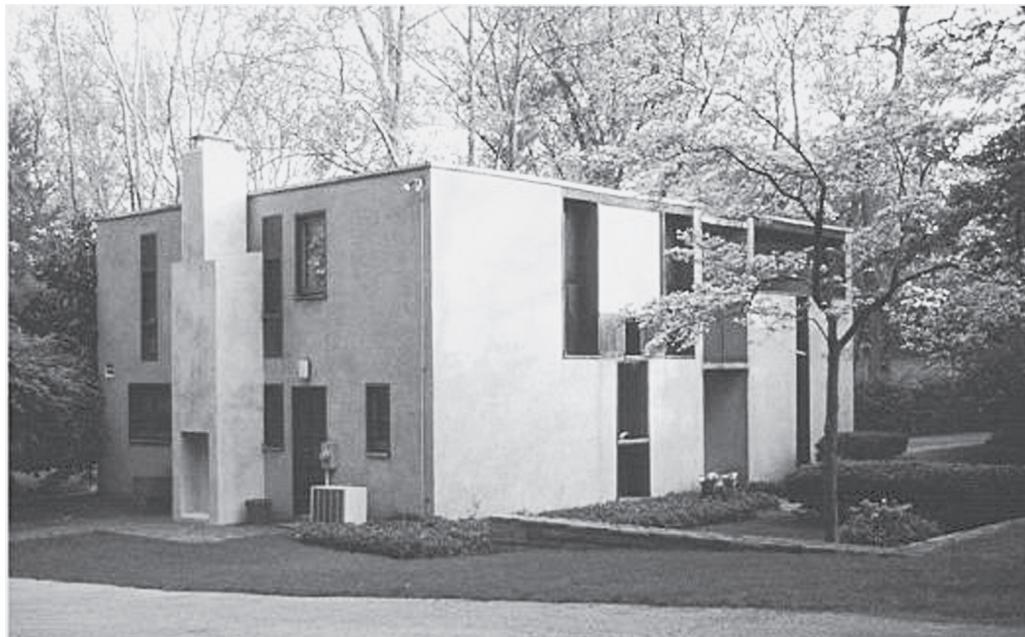


Рис. 3. Дом Эшерик. США. 1959–1961. Арх. Л. Кан [10]

Площадь участка, на котором расположен дом, составляет около 2 тыс. кв. м, что позволило архитектору выгодно разместить постройку, обеспечив максимально выигрышную фронтальную подачу, при которой четко видны все конструктивные линии [8]. Текстура стен гармонирует с окнами, отделанными древесиной тропического дерева апитонг. Дом симметричен в плане и составлен двумя прямоугольниками, обеспечивающими его структурную четкость. Использование на фасаде чистых геометрических линий свойственно Л. Кану, стремящемуся к архетипичности форм, на всем протяжении творчества. Световые потоки пронизывают дом от пола до потолка.

Расположение кубических объемов внутри этого двухэтажного дома акцентируется древесиной и четкостью текстуры белых стен. Поскольку дом рассчитан на любителя книг, в гостиной находятся высокие встроенные книжные шкафы. Окна столовой выходят на большой частный двор. Интерьер кухни спроектирован самим Л. Каном и остался нетронутым до настоящего времени.

В 1961 г. Л. Кан получает грант фонда Грэм по поддержке исследований в области искусств, в рамках которого разрабатывает предложение по созданию в Филадельфии системы виадуков, позволяющей решить транспортную проблему. С этим проектом он выступает на Международной конференции по дизайну в Аспене (Колорадо, США) в 1962 г., призывая вернуть улицам города их традиционные функции, а в основании виадуков разместить магазины и другие полезные площади.

Параллельно этим разработкам, словно наверстывая упущенное, архитектор находит все новые грани работы со светом и все больше тяготеет к ансам-

блевости решений. Начиная со стерильного и как бы не впускающего в себя никого из непосвященных института биологических исследований Солка в Калифорнии — и до административного комплекса в Дакке (Восточный Пакистан), достроенного через двадцать лет после смерти Кана, можно видеть, как свет позволяет наращивать масштаб проектов, увеличивать массы и объемы.

**Институт Солка.** По проекту кампус института Джонаса Солка, открывшего вакцину от полиомиелита, должен был состоять из трех основных блоков — конференц-залы, жилые помещения, лаборатории. Дж. Солк обратился к архитектору с просьбой создать учреждение, которое объединит представителей разных наук. Сам Л. Кан руководствовался идеей «лаборатории, пригодной для жизни Пикассо» [5]. Пространство на берегу Тихого океана задумывалось как синтез интуитивного и рационального, поэтического и научного. Фактически был построен только лабораторный кластер, состоящий из двух параллельных рядов построек, окружающих центральную аллею с узким геометрическим фонтаном, при определенном ракурсе льющимся как бы прямо в океан и создающим метафору бесконечности — как мира, так и его познания (рис. 4). Этот высокий символизм тщательно продуман архитектором, и его наличие опять-таки не позволяет говорить о сугубо модернистских проектных установках, предполагающих практическое применение архитектуры «здесь и сейчас». Говоря о бесконечности, призванной удивить и вдохновить, Кан вновь буквально цитирует Платона, согласно которому удивление есть начало философствования. Визуальная иллюзия, создаваемая тонким потоком, стекающим «в океан», позволяет любому человеку пережить воззвишенные эмоции.

Архетипические формы, всегда увлекавшие архитектора, дополняются работой с основными «стихиями» мироздания — землей, ветром, водой, огнем (светом), воздухом. Одно входит в другое: струя воды — в жесткий бетон, свет солнца — в относительно небольшое пространство между зданиями. Еще одним элементом смело можно назвать тишину, которая чувствуется даже по фотографиям. «Интеграция — это путь природы, и мы можем идти по нему», — сказал архитектор, проектируя институт Солка.

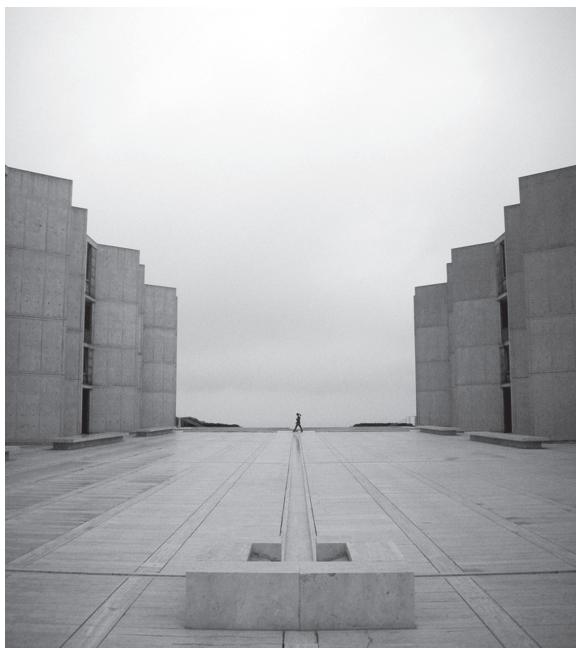


Рис. 4. Институт Солка. Ла-Хойя, Калифорния. 1959–1965. Арх. Л. Кан [11]

Чистые, пуритские пространства лабораторий восхищают одних посетителей и удручают других, сетующих на «жесткость» архитектуры Л. Кана, на самом деле бесконечно изменчивой благодаря близости неба, океана, гор.

Как верно отмечает исследователь, «создание среды, призванной обеспечить вдохновение, является нелегкой задачей» [5], тем более что ни один, даже самый ревностный ученый не может постоянно парить в мире трансценденции. План института Солка идеально симметричен. Два параллельных корпуса, каждый с пятью крыльями, имеют четкое одинаковое ритмическое деление. Если, по Кану, форма является результатом взаимодействия между объектом и светом, то можно сказать, что важен не столько материал или ритм, сколько возможность рождения формы светом в разное время, тем более в Калифорнии, одном из самых солнечных районов США. Весь комплекс можно расценить как большую лабораторию по наблюдению работы света, размышлению над ним. В чем-то она аналогична древним святилищам типа Стоунхэнджа, характеризуемым сегодня как пригоризонтные обсерватории, ведь солнце садится на одной оси с комплексом лишь несколько дней в году.

**Первая унитаристская церковь и школа в Рочестере (First Unitarian church and school).** Первая унитаристская церковь в Рочестере (Нью-Йорк) заменила предыдущую церковную постройку архитектора Ричарда Апдюона, основателя Американского института архитекторов (AIA). По словам лауреата Пулитцеровской премии архитектурного критика П. Гольдбергера, это одно из самых величественных культовых сооружений ХХ в.

Унитаристская церковь и школа были построены в два этапа. Материалами послужили кирпич и монолитный бетон. На первом этапе появилась западная часть, с большим залом для собраний и расположенными по периметру классными комнатами, кухней и библиотекой, позже было пристроено западное крыло. Обе части хорошо различимы на фасаде (рис. 5).

Архитектор хотел передать идею единения (унитарности) с помощью нескольких концентрических окружностей. В итоге основной объем оказался окруженным системой коридоров и кабинетов. Проблема привлечения естественного света в центральное пространство была решена посредством возведения четырех башен, составляющих одну из отличительных особенностей здания. Атмосфера внутри изменяется в зависимости от времени года, погоды и солнца. Это первое пространство церкви без окон, спроектированное Каном, которое сам он сравнивал с готическим собором — не по форме, а по духу. В нем воплотился принцип архитектора: «Выразить только то, что имеет значение».

**Национальная ассамблея (Jatiyo Sangsad Bhaban).** Здание Национальной ассамблеи в столице Бангладеш Дакке, являющееся одним из крупнейших законодательных комплексов в мире и занимающее площадь 800 тыс. кв. м, можно отнести к лучшим и наиболее зрелым творениям Луиса Кана (рис. 6).

Строительные работы начались в 1964 г. и сопровождались дальнейшей корректировкой планов. К августу 1970 г. здание было возведено и начата его облицовка мрамором, но на следующий год гражданская война в Пакистане

привела к разрыву всех договоров и эмиграции местных архитекторов, помогавших Кану, который в это время напряженно работал в Америке. Когда к власти пришло новое правительство, можно было возобновить контракт, и архитектор собирался в Дакку в 1973 г. с новым генеральным планом. Он умер в марте семьдесят четвертого, в момент работы над куполом, завершенным только девятнадцать лет спустя.

В 1962 г. он писал: «...идея была совсем простой: парламент имеет трансцендентальный характер. Там собираются люди, для того чтобы ощутить дух сообщества, и я попытаюсь выразить его. Я заметил, какую большую роль играет религия в Пакистане, и думаю, что эта мечеть, включенная в пространство парламентского здания, соответствует чувствам людей. Было бы рискованно принять эту догадку за истину. Как я могу знать, что соответствует жизненному чувству? Но первое представление воплощено и не оставляет меня».



Рис. 5. Первая унитаристская церковь и школа в Рочестере. Интерьер. 1959–1969.  
Арх. Л. Кан [7]



Рис. 6 Национальная ассамблея в Дакке, Бангладеш. 1962–1983. Арх. Л. Кан [2]

Кан подошел к проектированию комплексно, разработав целостную систему открытых площадей, озер, газонов, рабочих и жилых помещений для депутатов парламента. Главное здание — Bhaban — делится на три части: в центре комплекса находится зал заседаний, во внешней части комплекса — жилые помещения для депутатов, вокруг озера расположены рабочие помещения [4].

Следование ключевым принципам проектирования, выработанным за годы практики, позволяют Луису Кану оптимизировать структуру пространства и одновременно передать дух древней культуры Бангладеш. Монументальность ансамбля до некоторой степени скрадывается окружающим пространством. Внешние линии архитектурных объемов глубоко утоплены в портики, имеющие большие отверстия правильной геометрической формы. При этом озеро, как это часто бывало в восточных архитектурных комплексах, отражает здание, добавляя завершенности ансамблю и вместе с тем переводя его в ускользающий образ, повествующий о быстротечности и изменчивости жизни. Визуальное и символическое воздействие такой архитектуры трудно переоценить.

**Библиотека Филипса (The Phillips Exeter Academy Library).** «Яркий свет плох для библиотеки, а поверхности стен — важны, как и небольшие ниши, куда можно спрятаться с книжкой». Так Кан обозначает три важнейших обстоятельства своего видения библиотеки. Все четыре фасада библиотеки в Нью-Гэмпшире структурированы одинаково, вход расположен с северной стороны (рис. 7). Великолепная постройка из кирпича и бетона имеет цокольную и центральную части, а также аттик, чем полностью соответствует правилам клас-

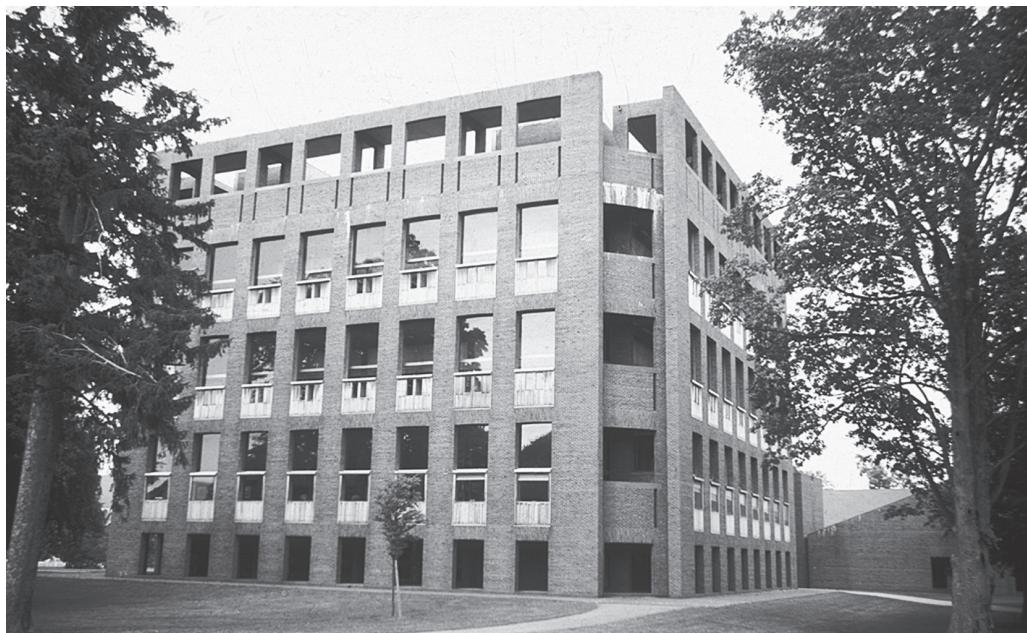


Рис. 7. Библиотека Филипса. Эксетер, Нью-Гэмпшир. 1967–1972. Арх. Л. Кан [12]

сической архитектуры. Опоры выразительно сужаются по мере движения вверх, лишая архетипически-простые формы здания монотонности. Между ними расположены двухъярусные окна, нижняя часть которых сделана из дерева. Рядом с ней находятся ниши для чтения. Выше стола для чтения начинается окно. Большие стеклянные поверхности позволяют полностью использовать солнечное освещение (рис. 8).



Рис. 8. Библиотека Филипса. Интерьер [13]

«Квадратный объем со срезанными углами, “обернутый” кирпичной стеной с равномерно частой сеткой высоких окон» (А. В. Иконников) чрезвычайно динамичен и разнообразен внутри за счет излюбленных Каном диагоналей и окружностей. Здание напоминает мудреца со спокойным лицом, чьи мысли и дух не дремлют.

## Выводы

Представленный в работе материал не охватывает всего наследия Луиса Кана, но позволяет определить основные идеи и формально-композиционные приемы его архитектуры, получившей популярность во второй трети XX в. Анализ творчества Кана подтверждает гипотезу об эволюции его архитектуры в сторону все большего символизма и медитативности, порой не замечавшихся современниками архитектора. Особую роль в этом процессе играет осмысление выразительности света в архитектурных объектах. Работа со светом достигает уровня метафизического осмысления и уводит Л. Кана от первоначальных

модернистских постулатов к идеям вневременной, связанной с истоками, рационально и добротно спроектированной архитектуры, актуальность которой лишь нарастает в XXI в.

- 
1. *Иконников А. В. Архитектура XX века. Утопии и реальность.* М., 2002. Т. 2.
  2. Bangladesh National Assembly Building [Electronic resource]. URL: <http://eng.archinform.net/projekte/2046.htm> (дата обращения: 20.04.2012).
  3. *Buttiker U. Louis I. Kahn: Light and Space [Text] : [Album].* Basel ; Boston ; Berlin, 1993.
  4. Esherick House by Louis Kahn [Electronic resource]. URL: <http://www.dezeen.com/2008/04/03/esherick-house-by-louis-kahn> (дата обращения: 26.04.2012).
  5. Inspiration and Transcendence as an Aspect of Monumentality: The Courtyard of Louis Kahn's Salk Institute [Electronic resource]. URL: <http://spellbananas.blogspot.com/2010/09/inspiration-and-transcendence-as-aspect.html> (дата обращения: 2.05.2012).
  6. Yale University Art Gallery, Kahn Building Renovation [Electronic resource]. URL: <http://archtypesource.com/projects/267-yale-university-art-gallery-kahn-building-ren/description> (дата обращения: 24.04.2012).
  7. *Kroll A. AD Classics: First Unitarian Church of Rochester. Louis Kahn [Electronic resource].* URL: <http://www.archdaily.com/84267/ad-classics-first-unitarian-church-of-rochester-louis-kahn> (дата обращения: 25.04.2012).
  8. Louis Kahn's Esherick house [Electronic resource]. URL: [http://www.designaddict.com/design\\_addict/blog/index.cfm/2008/3/26/Louis-Kahns-Esherick-house](http://www.designaddict.com/design_addict/blog/index.cfm/2008/3/26/Louis-Kahns-Esherick-house) (дата обращения: 25.04.2012).
  9. [Electronic resource]. URL: [http://sahstudytours.files.wordpress.com/2008/09/dsc\\_1312.jpg](http://sahstudytours.files.wordpress.com/2008/09/dsc_1312.jpg) (дата обращения: 2.05.2012).
  10. [Electronic resource]. URL: <http://www.zdanija.ru/forum/gallery-image-445.html> (дата обращения: 1.05.2012).
  11. [Electronic resource]. URL: [http://www.flickr.com/photos/21c\\_unrbanboy/4625741101/sizes/l/in/photostream/](http://www.flickr.com/photos/21c_unrbanboy/4625741101/sizes/l/in/photostream/) (дата обращения: 30.04.2012).
  12. [Electronic resource]. URL: [content.lib.utah.edu](http://content.lib.utah.edu) (дата обращения: 27.04.2012).
  13. [Electronic resource]. URL: <http://www.flickr.com/photos/25831000@N08/6288381593/sizes/l/in/photostream> (дата обращения: 27.04.2012).

*Статья поступила в редакцию 05.05.2012 г.*

УДК 7.012 + 7.021

Е. А. Шутемова

## ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ

Рассматривается проблемная тема методологии дизайна-проектирования — методы формообразования. Определяется значение и место метафорических принципов в дизайнерском формообразовании. Доказывается возможность их количественного и качественного приращения за счет художественных принципов искусства. Вводится понятие художественного метода как универсальной операционно-творческой технологии создания эстетически выразительных, поэтически образных форм в искусстве и дизайне.

**Ключевые слова:** методы формообразования, метафорические принципы формообразования, художественные принципы формообразования, принципы воображения, художественный метод.

В методологии дизайна-проектирования одной из актуальных проблем, привлекающей внимание как теоретиков, так и практиков, является использование метода метафорического формообразования, играющего особую роль в проектно-художественной и научно-исследовательской деятельности.

Так, внедрение метафорического метода в дизайн-проектирование помогает профессиональным дизайнерам решать творческие задачи, а студентам раскрывать свои креативные способности. В то же время использование метода метафорического формообразования в методологических и искусствоведческих исследованиях способствует развитию теоретической базы и систематизации результатов дизайнерской деятельности.

В отечественной теории дизайна на протяжении многих лет вопросами метафорического формообразования занимается доктор искусствоведения Е. В. Жердев. По этой теме он опубликовал ряд работ, включая монографию «Метафора в дизайне». Выделенные метафорические принципы признаются ученым как эффективные, действенные способы эмоционально-образного формообразования в дизайне [1].

В инструментальной классификации методов человеческой деятельности [4] метод метафорического формообразования относится к группе частных операциональных методов творчества, а следовательно, понимается как практический способ, прием, принцип реализации деятельности в форме законченного продукта. Название данного метода указывает на то, что его инструментальное действие связано с *принципами-переносами*.

Е. В. Жердев выделяет восемь основных метафорических принципов, использующихся в художественном проектировании, так как считает, что «в контексте невербальной, визуальной метафоры на объект дизайна могут переноситься

---

ШУТЕМОВА Елена Анатольевна — доцент кафедры дизайна среды Уральской государственной архитектурно-художественной академии, Екатеринбург (e-mail: shut-e-lena@yandex.ru).

© Шутемова Е. А., 2012

любые явления окружающего мира» [1, 70]. Поэтому принципами метафорического «перенесения» являются: антропоморфизм; зооморфизм; флороморфизм; совмещение предметов; перенос конструкций; заимствование свойств предмета; перенос культурных ценностей из области архитектуры, изобразительного искусства; одновременное использование нескольких типов переносов.

Эти принципы позволяют придавать вещам, интерьерам эмоционально-художественную выразительность. Вместе с тем возможен и другой вариант. Дизайнерские объекты, созданные на основе принципов метафорического переноса, имеют разнообразную, неповторимую форму, однако не содержат нового впечатления, ожидаемого пользователями от контакта с вновь созданной вещью, пространством.

Обращение дизайнеров исключительно к одним принципам метафорического формообразования ограничивает и притупляет творческое воображение; приучает творцов заимствовать, занимать, забирать, подбирать и т. п.; развивает привычку видеть во всем сходство, аналогию и действовать соответственно.

С одной стороны, сам по себе метод метафорического формообразования заслуживает должного внимания, если пользоваться им с умом, избирательно, подключая внутренние смыслы. С другой стороны, в результате необдуманного перенесения какой-либо формы или ее свойств на предметную форму креативные метафорические принципы мгновенно превращаются в механические приемы формообразования, тем самым деятельность дизайнера с творческого уровня опускается до ремесленного.

Можно ли известные метафорические принципы формообразования, в свое время заимствованные методологией дизайна из теории русского языка и литературы, дополнить другими художественными принципами формообразования, существующими в искусстве, но мало знакомыми проектировщикам?

Оказывается, количественное и качественное приращение дизайнерских метафорических принципов формообразования возможно, если принять во внимание, что художественный метод является особой универсальной творческой технологией создания эстетически выразительных, поэтически образных форм в искусстве и дизайне.

Такое определение художественного метода обоснованно, так как конечный продукт дизайнёрской деятельности есть отчасти такой же знак-код эстетических переживаний, впечатлений, что и художественное произведение.

Художественная технология — это смыслоформообразование, имеющее в своем распоряжении соответствующие операционально-творческие методы, а следовательно, и свои принципы. Для того чтобы показать, как она работает в дизайн-проектировании, обозначим конечный продукт дизайн-деятельности как дизайнёрский образ, представляющий собой материальную модель, визуально сообщающую об утилитарной функции и вызываемом ею эмоциональном впечатлении, предположительно желаемом какой-либо группой пользователей.

Функционально-эмоциональное содержание влияет на форму дизайнёрского образа. Так, например, из истории дизайна известно, что в модернизме пред-

метная форма следует за функцией, а в постмодернизме форма определяется эмоцией, социокультурным значением.

Сложная технология создания формы проектного образа объясняется его многосторонним содержанием и начинается со смыслообразования, задающего направление формообразовательному процессу в дизайн-проектировании. Содержание дизайнера образа не только определяет что проектировать, но и указывает творцу путь к созданию новой формы.

Прежде чем искать конечную морфологию вещи, дизайнеру необходимо задать для нее так называемый художественный образ, т. е. осознанно выбрать *тематический объект*, способный зримо представить эмоциональный характер проектируемого объекта.

Для этого проектировщику требуется установить смысловую связь между тематическим объектом и эмоционально-функциональным содержанием объекта дизайна. Это делается с помощью *методов смыслообразования*, основанных на метафоре, метонимии, синонимии и т. д. При этом тематический объект не должен отделяться от предметной конкретности и утилитарно-практического смысла вещи.

Например, дизайнер на основе сходства свойства (неустойчивость) устанавливает метафорическую связь между тематическим объектом — балансирующей качелью и функционально-эмоциональным смыслом проектируемой скамейки — «качающаяся, “пляшущая”» (рис. 1).

Или другой пример. На основе смежности процесса и результата (немобильный — отягощенный ношей: сумкой, рюкзаком и т. п.) устанавливается метонимическая связь между тематическим объектом — шкафом и функционально-эмоциональным смыслом объекта дизайна — «стул, передвигаемый с огромным усилием» (рис. 2). Этот стул-шкаф придумал дизайнер А. Лиинхаррттанарак.

Пример синонимической смысловой связи между тематическим объектом и функционально-эмоциональным содержанием объекта дизайна — прозрачное

кресло Ф. Старка. Изысканная классическая форма кресла, воплощенная дизайнером в новом композитном материале — прозрачном пластике, является символом современной избранности, элитарности (рис. 3).

В искусстве творец вынужден создавать форму художественного образа как знака, кодирующего эмоциональные впечатления, ощущения. Поэтому художник не пытается точно скопировать зримо воспринимаемую форму объекта-стимула, вызвавшего у него душевное переживание. Напротив, он совершает всевозможные комбинаторно-преобразовательные действия с тематическим объектом (образом-



Рис. 1. Дизайнерский объект (веселая скамейка), форма которого создана на основе метафорического смысла



Рис. 2. Дизайнерский объект (стул-шкаф), форма которого создана на основе метонимического смысла



Рис. 3. Дизайнерский объект (кресло), форма которого создана на основе синонимического смысла

(«матрешка»); переплетение («узел» или «клубок»); перевоплощение.

Покажем конкретные примеры, демонстрирующие реализацию художественных принципов в формообразовании мебели (рис. 4–15).

представлением) и объектом-стимулом (образом-восприятием). Художник может их по-разному соединять, видоизменять, совмещать, разделять или заменять одно на другое, либо полностью замещать друг другом. Такие креативные приемы работы с формой относятся к принципам воображения [2], в соответствии с которыми действуют методы формообразования в искусстве.

При анализе произведений искусства XX в. нами были выделены следующие *художественные принципы*, имеющие заместительно-комбинаторный характер: агглютинация (склеивание); замена свойства, присущего объекту, на противоположное (изменение свойства наоборот); удвоение образа; гиперболизация; акцентирование (заострение); добавление или исключение свойства; расчленение-составление; повторение одного и того же (умножение); заимствование; аналогия (сходство); перечисление; вложение



Рис. 4. Принцип «агглютинация»

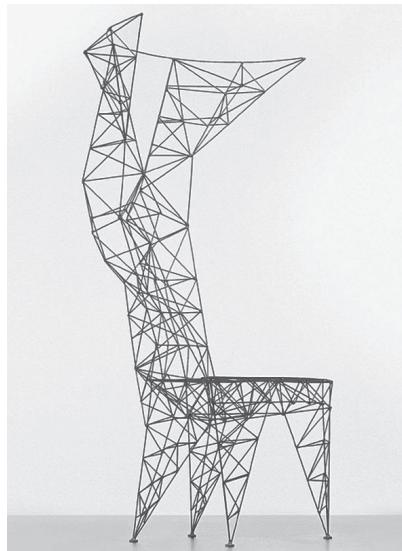


Рис. 5. Принцип «замена свойства, присущего объекту, на противоположное»

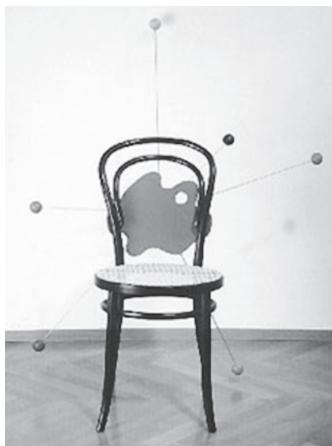


Рис. 6. Принцип «займствование»



Рис. 7. Принцип «добавление или исключение свойства»



Рис. 8. Принцип «аналогия»



Рис. 9. Принцип «удвоение образа»



Рис. 10. Принцип «переплетение»



Рис. 11. Принцип «перечисление»

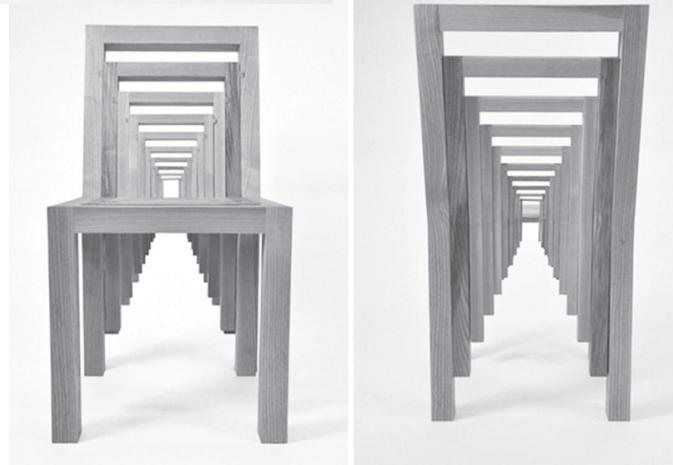


Рис. 12. Принцип «матрёшка»



Рис. 13. Принцип «расчленение — составление»



Рис. 15. Принцип «гиперболизация»



Рис. 14. Принцип «мультилицирование»

Художественные принципы имеют конфликтный, противоречивый характер, за счет чего обеспечивают форме емкую, запоминающуюся эмоционально-образную выразительность. Они действуют на основе смысловых ассоциаций, а не формальных аналогий и не позволяют творцам переносить по инерции одну форму на другую. Так, если предположить, что Т. Диксон перенес в форму стола ажурную форму опоры электроперехода, то сделал он это с целью выразить свое восхищение силой ажурной конструкции, способной выдерживать большие нагрузки. Стеклянный стол на «хрупкой» металлической ножке-опоре является символом мощи, стойкости, твердости (рис. 16).

Дизайнерский образ, так же как и художественный образ, является знаком, конструктивно-художественная форма которого выступает носителем не только практической информации, но и эмоций, чувства, переживания. Поэтому в искусстве и дизайне значения понятия «метод формообразования» не содержат различий.

В дизайне понятие «метод формообразования» означает способ кодирования в материально-выразительной предметной форме утилитарно-практических функций и эмоциональных впечатлений, зависящих от потребительских и эстетических требований определенной группы пользователей, а также от социокультурных и регулятивных установок деятельности отдельно взятого творца.



Рис. 16. Т. Диксон. Стол «Pylon»  
а последний, третий метод — через архитектонические (конструктивные) принци-  
ципы [3].

Способы формального кодирования — это способы соединения функционально-конструктивной формы объекта дизайна с формой тематического объекта, выбранного в соответствии со смысловым содержанием предмета проектирования. В искусстве подобные способы называются художественными принципами формообразования.

Конечная форма дизайнера образа-знако-  
ка может быть архитектонической, ассоциатив-  
ной или изобразительной (рис. 17).

Следовательно, в дизайне существует три типа методов формообразования: изобразитель-  
ный, ассоциативный, архитектонический. Из них  
два первых метода реализуются через *принци-  
пы воображения* (художественные принципы),

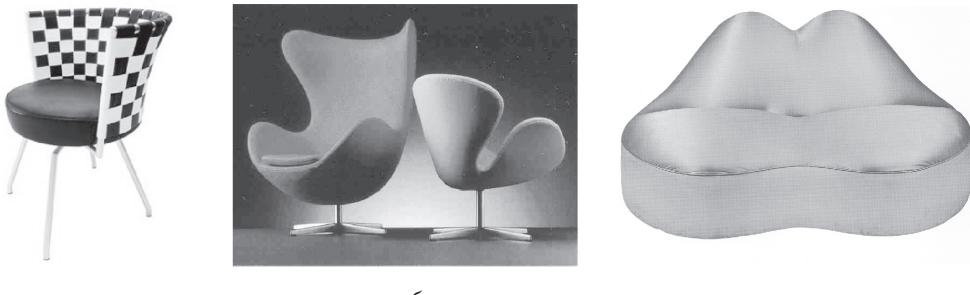


Рис. 17. Примеры дизайнерских объектов, имеющих архитектоническую (а),  
ассоциативную (б), изобразительную (в) формы

Но среди названных методов формообразования не оказалось метафори-  
ческого метода, так как он является их частью. Это можно доказать, сопоста-  
вив примеры, приводимые Е. В. Жердевым в монографии «Метафора в дизай-  
не» в качестве иллюстрации использования дизайнерами принципов перено-  
сов, с примерами, демонстрирующими действие художественных принципов  
в формообразовании мебели. Оказывается, по-своему действию некоторые из  
сравниваемых принципов схожи. Результаты сравнительного анализа приведе-  
ны в таблице.

Итак, принципы метафорических переносов входят в состав художествен-  
ных принципов. Значит, ими пользуются в своей деятельности не только ди-  
зайнеры, но и художники.

### Сходные метафорические и художественные принципы формообразования

Принципы метафорических переносов	Художественные принципы
Совмещение предметов	Удвоение образа
Заимствование культурных ценностей из области архитектуры, изобразительного искусства	Заимствование
Заимствование свойств предмета	Добавление другого свойства
Антропоморфизм	Аналогия (сходство)
Зооморфизм	Аналогия (сходство)
Флороморфизм	Аналогия (сходство)
Перенос конструкций, материала	Замена свойства, присущего объекту, на противоположное

И в искусстве, и в дизайне технология создания эстетически-выразительной, эмоционально-чувственной формы основана на принципах художественного воображения. Операционно-творческие методы формообразования и смыслообразования позволяют экспериментировать с формой, создавая в искусстве и дизайне выразительную образность на основе смысловых ассоциаций, а не формальных аналогий.

- 
1. Жердов Е. В. Метафора в дизайне : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2010.
  2. Ительсон Л. Б. Лекции по общей психологии : учеб. пособие. Минск, 2003.
  3. Прахт К. Мебель и архитектура / пер. с нем. Ю. Б. Тупталова ; под ред. А. В. Иконникова. М., 1993.
  4. Шутемова Е. А. Роль художественного метода в искусстве и дизайне // Вестн. ОГУ. 2010. № 1 (107), янв. С. 28–34.

*Статья поступила в редакцию 10.04.2012 г.*

# НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

УДК 378.1(470.5–25) + 316.77 + 339.138

А. М. Бритвин  
И. Б. Бритвина  
Л. Э. Старостова

## НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОДХОД К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ ВУЗА И ТЕРРИТОРИИ

В статье описан опыт департамента маркетинговых коммуникаций и брендинга УрФУ по проведению научно-практических конференций в новом формате, который предусматривает непосредственное участие общественности, бизнес-сообщества и властей конкретной территории в обсуждении проблематики продвижения города. Новым является и подход — проведение встречи представителей вузовского и городского сообщества на площадках отдельных территорий.

Ключевые слова: конференция, геобрендинг, город, бренд, продвижение, круглый стол.

В настоящее время перспективным направлением коммуникационной политики территорий является геобрендинг. Геобрендинг (брендинг территорий) — стратегия развития и повышения конкурентоспособности территориальных образований, в основе которой лежат коммуникационные технологии, интегрирующие в себе экономические, социальные, культурные, политические аспекты

---

БРИТВИН Алексей Михайлович — старший преподаватель кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: alexei.britwin@yandex.ru).

БРИТВИНА Ирина Борисовна — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: irinabritvina@yandex.ru).

СТАРОСТОВА Людмила Эдуардовна — кандидат философских наук, доцент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: starostova5@mail.ru).

© Бритвин А. М., Бритвина И. Б., Старостова Л. Э., 2012

управления территориями и направленные на создание устойчивого привлекательного образа территории.

Особую важность эта политика приобретает в отношении малых и средних городов России. Одной из острых проблем современной России является отток материальных и человеческих ресурсов из провинции, аккумуляция их в крупных индустриальных центрах. Эффективное решение вопросов развития малых и средних городов России, особенно моногородов, в современных условиях возможно только на основе интегрированного подхода. Как утверждает современный теоретик территориального брендинга С. Анхольт, брендинг территорий как стратегия «объединяет в себе творческие человеческие ресурсы и административные и финансовые ресурсы, т. е. в государственном масштабе связывает культуру и общество с экономикой и политикой» [4].

Геобрендинг как научное направление, объединяющее преподавателей и студентов, несколько последних лет является основой многих направлений деятельности департамента маркетинговых коммуникаций и брендинга Уральского федерального университета. Одной из самых серьезных в теоретическом и в практикоориентированном отношении формой развития этого направления стало проведение научно-практических очно-заочных конференций «Малые и средние города России как проблемное поле геобрендинга».

В марте 2011 г. в рамках конференции состоялись интернет-конференция «Создание бренда города: опыт, проблемы, перспективы» с участием представителей муниципальных образований Курганской области (Шадринск, Далматово, Курган) и Управления культуры Курганской области, а также следующие круглые столы: «Создание бренда города: опыт, проблемы, перспективы» в Правительстве Свердловской области; «Имидж как инструмент продвижения территории»; «Интеграция культурного потенциала в бренд города» с участием представителей девяти муниципальных образований Свердловской области (Екатеринбурга, Ирбита, Березовского, Ревды, Дегтярска, Верх-Нейвинска, Арамиля, Кушвы, Коптелово).

По итогам конференции в издательстве Уральского университета опубликован сборник «Малые и средние города России как проблемное поле геобрендинга» [3], в котором представлена широкая география публикаций: Екатеринбург, Санкт-Петербург, Омск, Владивосток, Ульяновск, Тамбов, Курган, Шахты, Усолье.

С 30 марта по 6 апреля 2012 г. департамент в сотрудничестве с администрациями городов Свердловской (Новоуральск, Березовский) и Курганской (Шадринск, Далматово) областей провели круглые столы в рамках Всероссийской научно-практической очно-заочной конференции «Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы». Обсуждения тематически были сфокусированы на анализе проблем развития данных городов с точки зрения маркетингового подхода.

Заочный формат конференции позволил привлечь специалистов, заинтересованных в исследовании заявленной тематики, из 29 городов 22 субъектов Российской Федерации: Березняков, Бийска, Верхотурья, Владивостока, Волгограда, Далматово, Екатеринбурга, Красноярска, Кургана, Магнитогорска,

Махачкалы, Москвы, Нарьян-Мара, Нижнего Новгорода, Нижнего Тагила, Новосибирска, Новоуральска, Омска, Рязани, Самары, Санкт-Петербурга, Тамбова, Улан-Удэ, Ульяновска, Уфы, Челябинска, Череповца, Шадринска и Симферополя (Украина).

Всего в конференции приняло участие более 200 представителей вузов, органов государственной власти и местного самоуправления, бизнеса, работников культуры и СМИ.

Спектр проблем, ставших предметом рассмотрения в научных материалах конференции, довольно широк. Это и анализ уже реализуемых проектов по брендингу городов, и исследование различных инструментов, применяемых в геобрендинге, и выявление проблем развития российских городов с позиций геобрендинга. Анализ материалов конференции показал, что процесс научного и практического освоения брендингового подхода к развитию территорий в России активно развивается, а интерес к данной теме демонстрирует устойчивый рост.

Проведение круглых столов как форма инициирования обсуждения вопросов развития города с участием и теоретиков, и практиков управления продемонстрировало, что каждый город находится в особой социально-экономической и культурной ситуации, и поэтому создание и продвижение бренда города представляет собой уникальную творческую задачу. К тому же, как показали обсуждения, представители различных групп городского сообщества по-разному понимают уникальность своего города и характер своего участия в его продвижении. Круглые столы явились инструментом изучения общественного мнения и определения креативного потенциала городов.

Круглый стол «Брендинг “закрытых” городов: проблемы и возможности», прошедший в г. Новоуральске, выявил не только высокую степень готовности городского сообщества работать над выявлением уникальности своего города, но и понимание значимости применения технологий геобрендинга к трансляции городской идентичности внутренним и внешним аудиториям. Широкий спектр предложений по концептуализации бренда Новоуральска как наукограда и города высокой технологической дисциплины, а также заявленное участниками желание продолжать работу по созданию территориального бренда стали основным итогом этого круглого стола.

Проблематика круглого стола в г. Березовском, администрация и общественность которого не первый год проявляют активность в сфере территориального брендинга, была сфокусирована на конкретных стратегиях и инструментах продвижения города.

В ходе обсуждения было выявлено, что в Березовском реализуются две различные стратегии, векторно ориентированные администрацией города на внешнюю и внутреннюю аудитории. Бренд «Березовский — родина русского золота» предназначен прежде всего внешней аудитории и основывается на исторически значимых событиях: в 1745 г. крестьянин Ерофей Марков нашел здесь рудное золото, а в 1814 г. горный инженер Лев Брусницын открыл способ добычи рассыпного золота, снизивший стоимость золотодобычи в четыре раза. Этот технологический переворот способствовал возникновению на Урале

первой в мире золотой лихорадке. После нее возникли сибирская (1829), калифорнийская (1848), австралийская (1851) и клондайкская (1896) золотые лихорадки. И хотя золотодобывающие рудники более не составляют основу экономики города, теме золота посвящены музей золота и действующий рудник, активно реализуются соответствующие туристические и просветительские программы.

Позиционирование Березовского через лозунг «*Terra libera*» было ориентировано на внутригородскую общественность и сыграло активную роль в консолидации горожан против проекта «Большой Екатеринбург». Администрация позиционирует Березовский как активно развивающуюся в экономическом и социальном отношении территорию, на которой хочется жить и расти детей.

В ходе обсуждения выяснилось, что в городе есть целый ряд проблемных целевых групп: высококвалифицированные специалисты, которые, проживая в Березовском, предпочитают работать в Екатеринбурге; студенты, уезжающие на учебу из города, хотя есть филиал екатеринбургского вуза; а также сообщество прилегающих поселков, входящих в состав Березовского городского округа, бросающих вызов задачам интеграции в единое городское сообщество.

Заявленные стратегии развития Березовского не согласуются между собой и не учитывают существование на территории проблемных целевых групп, что плохо способствует созданию целостного позитивного образа города. Поэтому главным итогом круглого стола стала констатация противоречий в стратегиях продвижения города.

Тем не менее, по мнению специалистов, сочетание различных подходов к построению стратегии развития города возможно только в рамках единого целостного образа, транслирующего уникальность города. Образ «золотого» города органично интегрируется в бренд горнозаводского Урала («Уральскую матрицу») [2], а также позволяет дополнять его содержание современными смыслами, описываемыми эпитетами золота. Целостный образ города может и должен включать в себя неоднородные элементы, составляющие палитру города: «...суть брендинга территории состоит не в обеднении, а в обогащении, добавлении новых или более впечатляющих содержательных слоев» [1].

Круглый стол «Образовательные технологии проектирования бренда территории», прошедший в Шадринском государственном педагогическом институте, собрал представителей вузов Екатеринбурга, Шадринска и Березняков, делившихся опытом вовлечения студентов в проектную деятельность, нацеленную на разработку и коммуницирование бренда города. Обсуждение показало, что вуз в малых и средних городах может играть существенную роль как один из субъектов продвижения территории, как разработчик концепции геобренда, стать площадкой не только продуцирования идей и технологий, но и практической проверки концепта, его пилотажа. В этом отношении огромную роль может играть координация деятельности преподавателей различных специальностей, работающих на разных факультетах и желающих принять участие в разработке концепции геобренда с позиций нескольких научных направлений (филологи, культурологи, экономисты, менеджеры, историки и т. д.). Потенциал студентов и преподавателей, который вуз способен аккумулировать,

является сильным активом территории. Участники круглого стола договорились о дальнейшем сотрудничестве с привлечением технологии скайп-конференций.

Круглый стол «Бизнес как активный участник продвижения города Шадринска» выявил высокую степень мотивированности бизнес-сообщества к сотрудничеству с администрацией города в деятельности по концептуализации и продвижению бренда города. Итогом круглого стола стала договоренность создать при администрации города рабочую группу по брэндингу с участием представителей бизнеса. Для получения реальных результатов от использования территориального капитала следует активизировать работу по интеграции отдельных брендов Шадринска в бренд территории и продолжить консультации со специалистами в сфере информационных технологий, связей с общественностью (PR) и рекламы. Эффективность работы будет зависеть от точно-го определения целевых аудиторий и выбора оптимальных инструментов про-движения.

Заключительный круглый стол «Тобольск, Верхотурье, Далматово — три духовных крепости: стратегии и инструменты продвижения духовных центров Урала и Сибири» с участием представителей Курганской и Шадринской епархии, Управления культуры Курганской области, администраций г. Далматово и Далматовского района послужил катализатором широкого обсуждения идеи, сформулированной в названии круглого стола. Идея его проведения была основана на анализе информационного продвижения исторически близких тер-риторий, имеющих каменные кремли. Города Тобольск, Верхотурье, Далматово находятся в трех субъектах Федерации — Тюменской, Курганской и Свердловской областях, входящих в Уральский федеральный округ. Каждый архи-тектурный ансамбль обладает уникальными особенностями. Все три урало-сибирских кремля — объекты культурного наследия федерального значения. Понимание коммуникации как информационного обмена посредством общей системы символов, а также как совместной деятельности, в ходе которой выра-батывается общий взгляд на предмет коммуникации и действия с ним, дает основания предложить идею проекта «Три духовных крепости Уральского фе-дерального округа». Подход, при котором эти культурно-исторические фено-мены рассматриваются в их единстве, позволяет обозначить историческую пре-допределенность образования Уральского федерального округа, способствовать укреплению его имиджевых характеристик, созданию одного из брендов окру-га. Участники круглого стола поддержали идею объединения трех духовных крепостей в единый бренд и договорились о дальнейшем сотрудничестве.

Как можно заключить из опыта совмещения заочного формата участия в конференции и очных мероприятий в виде круглых столов на площадках малых и средних городов, данный формат отвечает задачам развития сотруд-ничества вуза с муниципальными образованиями на основе объединения ин-тересов. Вуз, осуществляющий подготовку специалистов, получает возмож-ность раскрыть перед возможными партнерами свой потенциал и выявить проблематику, характерную именно для данного города. Город же получает доступ к актуальным трендам в сфере развития территорий и с пользой для

себя реализует возможность сделать центром дискуссии вопросы, наиболее важные для него.

По итогам проведенных мероприятий конференции актуальным становится решение следующих проблем:

- дальнейшая работа по совершенствованию существующих и поиску новых форм эффективного сотрудничества вуза и администраций городов, а также сферы культуры, коммерческих и некоммерческих организаций по разработке и продвижению брендов городов;
- развитие форм интеграции учебной и проектной деятельности студентов, тематически связанной с созданием и продвижением брендов российских городов;
- развитие договорных отношений вуза с органами местного самоуправления, заинтересованными в продвижении территории;
- реализация принципов индивидуального подхода к сотрудничеству с представителями городов, находящихся на различных уровнях рефлексии о собственной идентичности;
- дальнейшая разработка научно-практической проблематики, имеющей методологическое значение для брендинга территорий;
- развитие учебно-методической базы, обеспечивающей качество подготовки бакалавров и магистров по рекламе и связям с общественностью, специализирующихся на проблематике брендинга территорий;
- повышение квалификации преподавателей, специализирующихся на проблематике брендинга территорий.

Другими конкретными формами участия вузов в формировании и развитии бренда города могут стать:

- создание в муниципальном образовании условий для летней практики студентов и углубленного изучения ими ресурсов и проблемных точек территории;
- сотрудничество вуза с образовательными учреждениями территории с целью вовлечения школьников и студентов в процесс формирования бренда территории;
- разработка вузом конкретных инструментов вовлечения в процесс создания и продвижения бренда города представителей гражданского общества;
- организация и проведение на базе нескольких городов III Всероссийской конференции по брендингу малых и средних городов России.

Конференция продемонстрировала высокую востребованность малыми и средними городами современных коммуникационных инструментов развития территорий, которые может сегодня дать вуз, осуществляющий подготовку специалистов по управлению коммуникациями.

---

1. Гелдер С., ван. Как улучшить успешность разработки и реализации стратегии бренда территории // Бренд-менеджмент. 2009. № 2. С. 68.

2. Иванов А. Уральская матрица: цикл очерков [Электронный ресурс] // Сайт творчества Алексея Иванова. URL: <http://www.arkada-ivanov.ru/tu/Uralskamatrica>

3. Малые и средние города России как проблемное поле геобрендинга: Материалы Всерос. очно-заочной науч.-практ. конф., 25–26 марта 2011 г. Екатеринбург, 2011.

4. Anholt S. Some important distinctions in place branding [Electronic resource] // Editorial: Place Branding & Public Diplomacy. 2005. Vol. 1, № 2. P. 116–121. URL: <http://www.earthspeak.com>

*Статья поступила в редакцию 07.05.2012 г.*

УДК 174 + 378.12 + 316.477

**В. И. Бакштановский  
М. В. Богданова**

## **ЭТИКА ПРОФЕССОРА: РЕИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ ВЫСОКОЙ ПРОФЕССИИ**

В статье ставится проблема реинституциализации нормативно-ценностной системы деятельности университетского профессора. Авторы рассматривают взаимодействие инновационной парадигмы прикладной этики и концепции социологии этоса в качестве методологии исследования кризиса высокой профессии. Как один из способов реинституциализации этики профессора представлено проектирование декларации профессионального сообщества.

**Ключевые слова:** нормативно-ценностная система, этос, профессия, этика профессора, реинституциализация.

### 1

Современное социогуманитарное знание не может позволить себе только реактивность в отношении запросов практики. Миссия современного знания состоит в активном формировании предложений, не просто отвечающих на социальный заказ, но и опережающих, моделирующих его.

О каких активных предложениях идет речь? Прежде всего, о тех, которые работают на познание социальных феноменов. Тех, что, благодаря очевидной актуальности их роли в нашей жизни, чреваты риском банализации.

В рассматриваемой нами теме признак банализации характерен для представлений о «моральном феномене» в целом и «моральном феномене» в нормативно-ценостных системах профессий в частности.

Очевидно, что современный исследовательский дискурс осваивает тезис «мораль (культура) имеет значение». Но при этом распространение этого тезиса на новые сегменты жизни общества рискованно по причине обманчивой

---

БАКШТАНОВСКИЙ Владимир Иосифович — доктор философских наук, профессор, директор НИИ прикладной этики Тюменского государственного нефтегазового университета (e-mail: priclet@tsogu.ru).

БОГДАНОВА Марина Владимировна — кандидат социологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник НИИ прикладной этики Тюменского государственного нефтегазового университета (e-mail: etika2@tsogu.ru).

© Бакштановский В. И., Богданова М. В., 2012

простоты в трактовке самих терминов «моральный феномен» и «профессиональная этика», а также их соотнесенности между собой. Здесь вполне правомерна аналогия с суждением З. Баумана: рассматриваемое как «очевидное и ясное» понятие свободы «отнюдь не является таковым; что его внешняя понятность происходит исключительно от частого употребления» [3, 13].

Признак «обманчивой простоты» — стимул для исследователей потрудиться над преодолением милой «неозабоченности» спецификой нормативно-ценостных систем социального ориентирования и регулирования, в том числе «малых» систем, природа которых еще менее самоочевидна, чем природа морали.

Подчеркнем: речь, во-первых, идет именно о морали и профессиональной морали, а не о параморальных или даже внemоральных обычаях, «правилах игры», «функционально желательных стандартах поведения» и т. п.

Во-вторых, мы говорим о двойственной природе морали вообще и, соответственно, профессиональной морали. Как показал Ю. В. Согомонов, мораль, с одной стороны, инструментальна — как регулятор, «обслуживающий» социальные системы и обеспечивающий их стабильность, устойчивость, социальную адаптацию их агентов (а потому к нему можно относиться утилитарно, контекстуально, детерминистски, апостериорно). С другой стороны, мораль смыслориентационная система ценностей, мотивационный механизм, превосходящий функциональность, любые запросы наличной социальности, предполагающий критику любых ее форм, заведенного в социуме порядка, что позволяет интерпретировать мораль в качестве вполне самостоятельного фактора общеценностной детерминации [2].

В связи с этим при объяснении морального феномена важно избегать односторонностей, которые можно называть гиперморальностью и гиперсоциальностью, особенно в ситуации полидисциплинарного освоения морального феномена: с позиций этики как моральной философии, социологии морали, социологии этоса, прикладной этики.

Тенденция гиперсоциальности ведет к санкционированности поведения различными формами социальной дисциплины, общественного авторитета, блокируя всякое должное, не сводимое к непосредственной социальной эффективности. В предельном случае *должное* сводится к *сущему*, а моральность утопает в пруденциальности и целесообразности.

В свою очередь, гиперморализм настаивает на понимании морали как социально неконтролируемой системы, беспечной относительно близких и тем более отдаленных последствий поступков. Моральными признаются только совершиенно бескорыстные мотивы, аскетические устремления, несмотря на то, что в реальной нравственной жизни обнаруживается смешанная мотивация, возможен «бездадесный альтруизм», присущий рыночному обществу. В версии гиперморализма от субъекта активности требуется установить представления о добре и зле, долгे, верности призванию.

Дистанцированная — при таком подходе — от социальных забот и заземленных интересов мораль обретает облик абсолюта. «Гиперморалисты» не приемлют идею нравственного прогресса, сужают сферу моральности, исключая из

нее по разным основаниям труд, политику, предпринимательство, культурную деятельность и т. д. Они склонны абсолютизировать противоположность должного и сущего, морали и нравов, «производства» моральных представлений и их «потребления», преувеличивать различия между гетерогенными видами общественной дисциплины, способами регуляции и ориентации массового поведения.

В этом смысле неудивительно, что носителями «гиперморализма» отвергается проблематика конкретизации моральных установок, приложения морального феномена к сравнительно обособленным сферам и видам человеческой деятельности. Ими отклоняется даже сама возможность существования наряду с абсолютами моральных релятивов, действенных не «везде и всегда», а только «здесь и сейчас», отрицается возможность возникновения конвенциональной морали, ценности которой опираются на принципы общественного договора, а нормы складываются не только стихийно, но и по соглашению. Тем самым фактически отрицается возможность самого существования прикладной этики, социологии морали, социологии этоса [2].

Шанс пройти между Сциллой гиперсоциальности и Харибдой гиперморальности дает удержание в уме родовых признаков морали (универсальность механизма, вселенская адресация, безынституциональность, особая значимость «чистоты» мотивации и т. п.) и максимально возможный учет исторического подхода к самим этим признакам. При этом исследователю, стремящемуся реализовать такой шанс, недостаточно зафиксировать качественное своеобразие исторических типов нравственности вообще и «малых» нормативно-ценостных систем. Более сложная задача определить интервал эффективности для потенциала этики как моральной философии, социологии морали, социологии этоса, прикладной этики.

## 2

Конструктивный потенциал исследования нормативно-ценостных систем профессии содержится в концептуальных подходах к инновационной парадигме прикладной этики и концепции социологии этоса.

Прикладная этика включает в себя, во-первых, конкретизацию морали в «малых» нормативно-ценостных подсистемах (этика бизнеса, журналистская этика, биоэтика, этика образования и т. п.), а во-вторых — теорию конкретизации морали, проектно-ориентированное знание, фронестические технологии приложения [1].

Социологическая концептуализация этоса определяет этот феномен как ценностный культурный код, элемент ценностно-нормативной системы специализированной, профессиональной и надпрофессиональной деятельности, характеризующий *реально возможное* такой деятельности. Этос выражает взаимосвязь восходящих к природе институции ценностных установок и норм профессии и ценностных ориентиров самоопределения институции.

Этос ориентир и регулятор институционализированных практик в координатах «здесь и сейчас». Он *выделяет* институцию как специфическое социо-

культурное поле, выступая ресурсом поддержания идентичности институции в ситуации ее самоопределения [4].

Потенциал взаимодействия двух этих подходов проявляется в постановке проблемы реинституциализации ценностей «незримого колледжа деятелей высокой профессии» в рамках проекта «Этика профессора: вне-алиби-бытие» [9], проекта, который можно рассматривать как случай активного предложения, формирующего социальный заказ.

«Этика профессора» в этом проекте скорее метафора для обобщенного обозначения ценностей и норм, ориентирующих представителей базовых университетских профессий — преподавателей, научных работников, профессоров-администраторов.

«Вне-алиби-бытие» в данном контексте — это акцентированная проблематизация сильной тенденции (само)оправдания моральной практики, низких нравов в незримом колледже деятелей высокой профессии «объективными обстоятельствами». Подчеркнем: не практики в бизнесе или в политике, сферах, привычно подвергаемых скепсису в отношении их морального алиби, а моральной практики высокой по природе профессии.

Установка проекта на реинституциализацию этики профессора — попытка преодолеть сильную тенденцию реактивности социогуманитарного знания и предложить способ конструктивного моделирования социального заказа, например, проектирование декларации профессионального сообщества «Этика профессора», субъект и адресат которой именно профессиональное сообщество. Принятая ранее Бухарестская декларация этических ценностей и принципов высшего образования в Европе [5] описывала ценности академической добросовестности, скорее рассчитанные на все профессии, без конкретизации особенностей этики профессора, она прошла мимо различия корпоративной и профессиональной этик в рамках нормативно-ценостной системы университета, в том числе мимо ситуаций конфликта их требований. Она также оставила без внимания такие ценности, как служение в профессии, достоинство и честь, вне которых этика профессора не адекватна миссии высокой профессии.

Разумеется, идея реинституциализации ценностей незримого колледжа деятелей высокой профессии может показаться всего лишь реактивной. И для такого представления имеются определенные основания: сегодня все острее формируется вызов современному отечественному социогуманитарному знанию, обусловленный рискованными последствиями массовизации, коммерциализации, бюрократизации научно-образовательной деятельности университетов.

Эти последствия провоцируют пораженческую позицию морального алиби высокой профессии в связи с отечественными проявлениями универсальных для глобального университета тенденций. Здесь и массовизация высшего образования — при утрате конкурсного отбора абитуриентов, и трансформация образования в коммерциализированную индустрию «образовательных услуг» для «клиентов», и бюрократическое «сопровождение» этой трансформации, подчиняющее профессию интересам коммерциализированной организации. Все эти последствия по отдельности и особенно вместе настолько сильно снижают требования к абитуриентам, студентам, преподавателям, что уже можно говорить

о подрыве этической полноценности нашей профессии. Об этом же, к сожалению, можно сказать и в связи с деформацией самосознания, девальвацией профессионально-нравственных ориентиров представителей этой профессии. То, что еще недавно считалось постыдным, сегодня для многих университетских профессионалов становится не просто привычным, но почти нормой.

Первый этап проекта показал: в экспертном дискурсе содержится многообразие ответов на эти вызовы. Анализ позиций экспертов выявил актуальность проблемы соотнесения нормативно-ценостной системы профессии с другими нормативно-ценостными системами. Но в позициях экспертов трудно обнаружить намеренность формирования опережающих социальные заказы предложений, прежде всего, направленных на решение задачи реинституализации этики профессора.

Во-первых, эта задача не ставится экспертами в связи с обозначенной в литературе ставкой на корпоративную (организационную) этику, отождествляемую со всей нормативно-ценостной системой университета. В такой ситуации неизбежно замещение проблемы этики профессора проблематикой корпоративной этики, которое можно метафорически обозначить фразой «не надо двух этик». Это следствие позиции, согласно которой «в современных университетах уже не рискуют доверять “моральному выбору” отдельных работников, могущих “на рабочих местах” нарушать моральные нормы профессионального цеха... Индивид в организации делает свой моральный выбор, “отказываясь от части своей свободы ради своей же пользы”, делегируя свой выбор организации, способной осуществлять и поддерживать этот выбор на практике» [6, 19].

Представляется, что «делегирование» профессионально-этической субъектности этике организации, которой присваивается статус верховного субъекта морального выбора, рискованно по причине опасности редукции этики профессора, ее миссии, предназначения, выходящего, в отличие от корпоративной этики, за рамки функциональности, отличающего служение в профессии от службы в организации.

Во-вторых, проблема реинституализации этики профессора не ставится в связи с тем, что потенциал заповедных норм нравственности не учитывает специфику профессии. «Профессорское дело не обладает такой ярко выраженной спецификой, которая требовала бы определенной конкретизации общих моральных норм или тщательно оговоренных исключений из них, диктуемых его (этого дела) особенностями... От хорошего профессора не требуется никаких особых моральных норм и навыков, кроме тех, которые диктуются общими для всех людей, сообразными стране и эпохе требованиями моральной дисциплины» (А. А. Гусейнов) [7, 12].

Потенциал заповедной морали трудно переоценить. Но отменяет ли возможность регулировать деятельность профессора общими моральными нормами существование собственных норм этики профессора как нормативно-ценостной системы его профессии?

В-третьих, проблема реинституализации этики профессора остается за рамками актуальной рефлексии в случае переключения внимания на этику университетских администраторов: «Ситуация в высшем образовании не повод

для “алиби”. Но это повод задуматься: не уместнее ли разработку “этики профессора” предварить обсуждением насущных проблем жизни и деятельности профессора и задуматься о том, насколько вообще этически корректно ставить вопрос об “этике профессора” прежде вопроса об этосе и этике университетского управления, и, стало быть, об “этике ректора”» (Р. Г. Апресян) [9, 87].

В то же время в рамках экспертного дискурса проекта предпринята попытка определить основания этики профессора: «Академическая свобода предполагает, что Профессор действует в соответствии с принципом свободы выбора. Этот выбор рождается в опыте исследователя, корреспондирует духу времени и институционально обрамлен научными школами. Нахождение в стандарте профессии определяет тройственную аутентичность миссии Профессора: 1) производить научное знание, 2) транслировать его новым поколениям, 3) осуществлять гражданскую услугу обществу и государству. Легитимность каждой роли обоснована тем, что их носитель сам производит, воспроизводит и применяет научное знание» [Там же, 66]. Такой подход представляется продуктивным для поиска атрибутивных, сугубо университетских императивов нашей профессии.

### 3

Технологию реинституализации высокой профессии, ее нового оправдания и защиты мы видим в проектировании профессиональным сообществом декларации «Этика профессора». Эта декларация основана на идее этики профессора, которая не принимает позицию алиби ни в отношении деформированной моральной практики, ни в отношении потенциала наличных подходов к объяснению, пониманию и преобразованию такой практики.

Декларация — не бюрократический документ университетских администраторов. Это — кredo профессии, итог ее самопознания и самоопределения в процессе публичного дискурса, самоопределения относительно того, чем нельзя поступиться ни при каких обстоятельствах. Исторический опыт дает веские эмпирические определения подобного контура, за которым Профессор перестает быть таковым.

При проектировании декларации «Этика профессора» можно опереться на опыт Тюменского государственного нефтегазового университета по подготовке своего профессионально-этического кодекса [7, 155–168], одним из мотивов создания которого и была реинституализации нашей профессии.

Способ реализации установки на создание профессионально-этического кодекса, адекватного современной ситуации университета, — проектирование его в формате реально возможного. Работа над кодексом в таком формате предполагает в качестве обязательных условий (а) определение ситуации университета в координатах существующих социологических переменных; (б) создание коммуникативных практик, развивающих дискурс университетских профессионалов о своем этическом кодексе.

Проектирование профессионально-этического кодекса университета предусматривает как теоретическое осмысление документа в нормативно-ценностной

системе университета, так и рефлексию субъектами научно-образовательной деятельности вуза своего профессионального опыта и ситуации университета в координатах здесь и сейчас.

Выделим один элемент этого кодекса, не просто отвечающий на социальный заказ, но и опережающий и даже формирующий его: реинституциализация высокой профессии через мировоззренческий ярус этики профессора. В рамках этого «яруса» есть рубрика «Университетский профессионал — субъект морального выбора»:

«Преподаватель, научный работник, университетский администратор не просто объекты внешних требований, “исполнители функции”, дисциплинированно следующие должностным инструкциям. Они субъекты морального выбора:

- осознанно принимающие мировоззренческое решение как относительно сложившихся в профессии нравов, так и отстаиваемых ею нравственных норм: последовательно исполнять профессиональный долг? предпочтеть позицию “двойной морали”? цинично согласиться с профессиональными деформациями?
- лично приверженные ценностям своей профессии, они не делегируют персональный профессионально-нравственный выбор своей организации;
- готовые проводить ценности профессии через нравственно-конфликтные ситуации, требующие ради следования одной из моральных норм поступиться другой. Типичные ситуации такого рода: противоречие требований профессиональной этики — и этики организации; столкновение ценностей высокой профессии — и требований от имени «интересов университета», идентифицирующего себя как бизнес-корпорацию по оказанию образовательных услуг; противоречие требований профессиональной этики — и требований общественной морали; конфликт норм в рамках профессиональной этики».

- 
1. Бакштановский В. И. Прикладная этика: инновационный курс для магистр(ант)ов и профессоров. Тюмень, 2011. Ч. 1.
  2. Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Введение в прикладную этику : моногр. Тюмень, 2006.
  3. Бауман З. Свобода. М., 2008.
  4. Богданова М. В. Этос современного отечественного университета. Тюмень, 2010.
  5. Бухарестская декларация этических ценностей и принципов высшего образования в Европе [Электронный ресурс]. URL: [www.sde.ru/www\\_sde\\_ru/files/t/pdf/2.pdf](http://www.sde.ru/www_sde_ru/files/t/pdf/2.pdf).
  6. Васильевене Н. Академическая этика и развитие корпоративной социальной ответственности университетов // Этическое регулирование в академической среде. М., 2009.
  7. Новое самоопределение университета. Тюмень, 2008. (Ведомости ; вып. 33).
  8. Практичность морали, действенность кодекса. Тюмень, 2010. (Ведомости ; вып. 36).
  9. Этика профессора: «вне-алиби-бытие». Тюмень, 2011. (Ведомости ; вып. 39).

*Статья поступила в редакцию 23.05.2012 г.*

# ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

И. В. Зиновьев

## ОТ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ – К ФИЛОСОФИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Рец. на кн.: Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : учеб. пособие. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.

Учебные пособия по теоретическим основам коммуникации сегодня весьма востребованы в высших учебных заведениях: ими интересуются философы, социологи, психологи, филологи. Однако наибольшей популярностью учебные пособия на эту тему пользуются у преподавателей и студентов факультетов журналистики и связей с общественностью. Этим объясняется интерес департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета к книге «Основы теории коммуникации» доктора социологических наук, профессора, заведующего кафедрой связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного университета Дмитрия Петровича Гавры. Интерес этот обусловлен разработкой департаментом учебных программ и преподаванием ряда профессиональных дисциплин в рамках подготовки специалистов и магистрантов.

Весьма основательно в первых двух разделах учебного пособия разобраны базовые понятия коммуникационной теории. На наш взгляд, наиболее интересен в этом плане параграф 2. 3 «Определение коммуникации: субстанционально-интеракционный подход». Здесь Д. П. Гавра шаг за шагом выстраивает собственную формулу коммуникации, отталкиваясь от исследований предшественников. Он формулирует предварительное определение коммуникации

---

ЗИНОВЬЕВ Илья Викторович – доктор философских наук, профессор кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: ziliv@mail.ru).

© Зиновьев И. В., 2012

«как специфического вида взаимодействия некоторых объектов, реализуемого посредством движения между ними определенных субстанций» (с. 39). Далее даются ответы на вопросы об объектах, субстанции, характере такого взаимодействия. Особое внимание обращено на субъект-объектное взаимодействие, которое С. Стивенс относит к коммуникации. Однако большинство исследователей склоняются к закреплению за коммуникацией лишь субъект-субъектных отношений (зарубежные ученые — Ч. Кули, В. Шрамм, А. Тэн, российские — А. Соколов, В. Кашкин). Автор учебного пособия принимает позицию большинства, поскольку она, по его мнению, более эффективна в решении познавательных задач. При ответе на вопрос о субстанции (материальная, идеальная, идеально-материальная), посредством которой осуществляется взаимодействие, снова приводятся две точки зрения: расширительная — принимается любая субстанция, узкая — в расчет берутся только идеальная и идеально-материальная. Обосновывая свой выбор второй точки зрения как более современной, Д. П. Гавра отсылает нас к авторитету таких ученых, как Д. Макквейл, А. Тэн, Б. Рубен и Р. Бадд, Дж. Ватсон, К. Мертен. Что же касается характера взаимодействия, то здесь акцент делается на теориях Ч. Кули, К. Шеннона и В. Вивера, воззрения которых объединяет обязательное наличие в коммуникации эффекта в виде реакции получателя сообщения. Следующая особенность коммуникативного взаимодействия — это его синхронная или диахронная природа. При этом отмечается, что диахронную коммуникацию опосредуют исключительно идеально-материальные субстанции: «Письмо, манускрипт, книга, фотография, звукозапись, фильм — все это примеры таких субстанций. Они позволяют взаимодействовать субъектам, существующим в различных измерениях темпорального пространства» (с. 55).

Итогом размышлений Д. П. Гавры является следующее определение социальной коммуникации, которое используется автором и в дальнейшем: «...эффективное синхронное и диахронное взаимодействие социальных субъектов (людей и (или) их общностей), которое возникает в результате обмена между одним субъектом (источником) и другим (получателем) информацией, имеющей смысл для обоих субъектов (коммуникативной субстанцией или сообщением в идеальной или идеально-материальной форме)». Данная дефиниция представляется нам вполне логичной, достаточно полно и глубоко описывающей суть коммуникационных процессов. Однако в ней учтены не все особенности теоретических подходов предшествующих исследований. И это признает сам Д. П. Гавра, явно отсекая в своих концептуальных построениях субъект-объектную коммуникацию С. Стивенса (с. 43–45) и целесообразность, обозначенную А. Соколовым в качестве характеристики коммуникативного взаимодействия (с. 66–67).

В четвертом разделе учебного пособия довольно полно представлен процессно-информационный подход к коммуникации, в пятом разделе — семиотический методологический подход. В частности, рассмотрены модели коммуникации Г. Лассвелла, Дж. Гербнера, Т. Ньюкомба, Б. Вестли и М. Маклина, а также теории знака Ф. де Соссюра, Ч. Пирса, Г. Фреге. В шестом разделе в достаточном объеме дана теория коммуникативной личности со ссылками на

З. Фрейда, Т. Парсонса, Р. Димблби и Г. Бертона, А. Маслоу, И. Кона, А. Леонтьева, В. Конецкую, В. Кашкина. В частности, в параграфе 6.3 представлена и подробно описана трансакционная модель коммуникативной личности, состоящая из четырех компонентов: целемотивационного, абилитационного, ресурсно-когнитивного и операционального (с. 199). Данная модель, по утверждению автора, может быть распространена и на коммуникатора, и на реципиента.

Гораздо менее представительно, если оценивать объем привлеченного и обобщенного материала, выглядят третий и восьмой разделы, соответственно озаглавленные «Понятие и первичная типология коммуникативного действия» и «Социально-коммуникативные технологии». Однако и эти части несут необходимую учебно-методическую нагрузку: в них рассматриваются типология коммуникативных актов (с. 88) и типология социально-коммуникативных технологий (с. 277), материал оформлен в виде таблиц с развернутыми пояснениями.

Седьмой раздел «Информационное общество: сущность, концептуальные подходы, основные характеристики» имеет особую значимость, если принять во внимание тот факт, что эта тема весьма редко встречается не только в отечественных монографических исследованиях, но и в учебных пособиях последних лет. Косвенно это подтверждается тем, что в данном разделе, который написан Д. П. Гаврий совместно с А. С. Савицкой и М. В. Жарковым, есть отсылка только к одной российской работе. Это учебно-методическое пособие А. В. Чугунова «Теоретические основания концепции информационного общества», изданное более десяти лет назад. К этому мы можем добавить всего несколько монографий, которые вышли в последнее десятилетие, в их числе «Россия и информационное общество» А. Г. Глинчиковой, «Информатизация культуры» И. А. Негодаева, «К теории сетевой экономики» С. И. Паринова, «Светлое завтра? Антиутопия футурологии и футурология антиутопий» И. Д. Тузовского, «Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы» А. А. Чернова.

В седьмом разделе представлены концепции постиндустриализма Д. Белла, П. Друкера, Ю. Хабермаса, теория информационного капитализма М. Кастельса, а также обозначены некоторые возможности и угрозы информационного общества. Несмотря на достаточно широкий охват заявленной темы, вне поля интереса авторов осталась специфика коммуникативной деятельности в информационном обществе. Более того, специально тема коммуникации в информационном обществе вообще не рассматривается. Поэтому, на наш взгляд, данный раздел оказался несколько оторванным от остальных частей учебного пособия.

Необходимо также отметить, что заявленная в седьмом разделе тема претендовала на вторую точку опоры, если исходить из общего перечня тем и выводимой из него логики: от теории коммуникации – к философии информационного общества. То есть, обозначив ключевые понятия и теоретические подходы к коммуникации, можно было использовать их при рассмотрении более обширных теоретических конструкций зарождения, становления и развития информационного социума, и в первую очередь для философского анализа

его сущности. В этом случае, кроме того, проявилась бы и такая важная составляющая, как исторический подход к изучению процесса коммуникации, который в разные периоды отличался по форме и по содержанию, а также интерпретировался особым образом. Заявка на подобную историчность в некоторых разделах присутствует (мы это показали перечислением упоминаемых автором фамилий отечественных и зарубежных исследователей разных периодов), но она не стала той красной нитью, которая бы связала воедино все разделы.

К сожалению, явным пробелом учебного пособия Д. П. Гавры «Основы теории коммуникации» является отсутствие контрольных вопросов и заданий в четырех разделах из восьми, а также списка литературы к каждому разделу. Не обнаружили мы и общего списка литературы. В итоге студенты будут вынуждены ориентироваться только на постраничные сноски.

В завершение скажем, что книга написана хорошим научным языком с четкими авторскими формулировками и выводами. Кроме того, подкупает простота изложения сложных теоретических конструкций и достаточное количество иллюстративного материала в виде таблиц и схем. Это особенно важно для студенческой аудитории, делающей первые шаги в освоении теории коммуникации. В целом учебное пособие «Основы теории коммуникации» вполне может быть рекомендовано для подготовки социологов, журналистов, специалистов в сфере «паблик рилейшнз» в высших учебных заведениях Российской Федерации.

# SUMMARY

PERIODICAL PRESS AND MASS-MEDIA	
<i>Kovaleva M. M.</i> Political journalism or media political science? .....	5
In the article the problems of masters' training at Departments of Journalism of Russia, are being examined. In particular, the contents of the programs devoted to the analysis of functioning of MASS-MEDIA in sphere of a policy are considered. The author proposes to develop the new program of masters' training meant for graduates of the humanitarian Departments, showing interest to communication problems.	
Key words: the information, policy, political process, information policy.	
<i>Rudenko V. N.</i> The role of mass-media in preventing corruption in USA .....	9
The regulatory and legislative framework of government transparency in the USA are being analyzed in the article. Author shows the influence of market laws on the US media activity. The description of the US mass-media role in promoting transparency of public authorities is provided.	
Key words: corruption, corruption scandals, preventing corruption, mass-media, information freedom.	
<i>Kazarin Yu. V.</i> Text attributes .....	15
The article deals with the description and understanding of inner characteristics and attributes of the text as a culture unit and result of speech. The author proposes a new typology of text attributes, distinguishing general, categorial, and differential attributes as well as complementary attributes. The article, moreover, investigates meaning of the text and its thematic structure with distinguished spheres of eventful, evidential, contextual (in social and denotative meaning), evaluative, and interpretative characteristics. The article is written within new school of linguistics and philology of text which is identified by the author as textology and text-production.	
Key words: textology, text-production, general/categorial/differential text attributes, meaning of the text and its thematic structure, eventful sphere, evidential sphere, contextual sphere, evaluative sphere, text as a culture unit.	
<i>Zinov'yev I. V.</i> Dialogism of M. M. Bakhtin and modern theory of journalism .....	24
The main directions of perspective researches of modern Russian journalism from positions of the dialogical concept of M. M. Bakhtin are considered in the article. The application of Bakhtin's dialogism referring to dialogical genres' research, interactions of authors and readers, relationship of different types of journalistic activity, features of propaganda texts are analyzed in the article.	
Key words: dialogue, M. M. Bakhtin, Russian journalism, dialogical genres, author and reader, propaganda.	
<i>Oleshko V. F.</i> Mobile possibilities of civil journalism .....	31
Article is devoted to the topical problematics referring to the reciprocal influence of traditional and so-called civil journalism. In particular, as the author proves, in conditions of globalization and permanent progress of technologies of information transfer, as whole convergences possibilities of	

weights of media there is also an expansion the communicative environment, variation of a content and an orientation of communicative interoperability. Active progress of the given type of the communications has predetermined, undoubtedly, the well growing influence of the Internet not only as a news source, but also a way of public opinion expression concerning current events.

**K e y w o r d s:** civil journalism, communications, blog, moblogging, repost, the opening of the news, content, efficiency.

*Bulatova E. V. Discourse peculiarities of the corporative media texts ..... 40*

The article describes the specific character of the corporative media as a polydiscourse structure. Special attention is given to some peculiarities of the corporative media texts: selectivity, optimization character etc., which allow to regard the main part of this text as an instrument of PR-communications.

**K e y w o r d s:** corporative media, discourse analysis, PR-communications.

*Fateeva I. A. The media safety of an individual as a theoretical and practical problem ..... 48*

The article deals with the problem of media safety an individual, especially children and adolescents, as well as attempts to solve it are presented both in theory and in practice. Particular attention is given to the measures implemented in the Chelyabinsk region, and other subjects of the federation, within the limits of the Ural Federal District. Article acutely relevant in connection with the entry September 1, 2012 by the RF Law «On protection of children from information harmful to their health and development».

**K e y w o r d s:** media safety, media education, media lessons.

*Oleshko E. V. Principles of effective navigation and dialogue as components of the newest information culture ..... 54*

In this article the new components of mass media practice describing interference of the traditional approach to journalese design and the advanced versions of web-registration are being examined, as well as various methods of search optimization . The special attention is given to blogs. As the author is convinced, they open new possibilities not only for the Internet-journalism, but also for journalism in general and traditional printed journalism in particular.

**K e y w o r d s:** information culture, search optimization, metadesign, font, multimedia, blog, dialogue, interactivity.

*Ilina O. V. Practices of the construction of character's image in the press: among sameness and identity ..... 60*

The article deals with the problem of construction of reality in the mass media. The author researches the character's image in the portrait media texts. It is shown, that discourse practices of construction of character's image are based on the dialectical contradiction of sameness ("I as any") and identity ("I as opposed to other"), lat. idem and ipse.

**K e y w o r d s:** character, media text, discourse practices, identity.

*Kablukov E. V. TV-news as the complex text of media discourse ..... 64*

The article considers TV news as the complex text of media discourse. It is shown that the key role in formation of the integral, coherent and separate text is played by two specific mechanisms – scenario and replies of narrator, which organize text. The intention of editorial staff is embodied in scenario and its implementation guarantees integrity of the text. Replies of narrator provide implementation of scenario and also formation of the integral, coherent and separate text.

**K e y w o r d s:** TV news, media discourse, the text.

*Malaheev I. V. Being the chronicler of the modern times ..... 71*

The problem of succession of the Russian journalistic traditions is being examined in the article, starting from the old chroniclers up to the modern publicists. Besides the special mission of Russian journalism is being studied as part of the national culture and advocate of people's interests, but not as a producer of the information market goods.

**Key words:** journalism, literature, chronicler, Russia, history, mission, market, society.

Dureko E. Y. The mediaconcept «Yekaterinburg – the capital» and its variation in journalist discourse .....	77
---	----

In the article the variation of mediaconcept «Yekaterinburg – the capital» in journalist discourse is examined. Mediaconcept is a relatively new term. The main sphere of its existence is the communicative space of mass media. Based on the example of mediaconcept «Yekaterinburg – the capital» the versions of concept are examined, which arise as the result of interaction of political discourse and the discourse of mass media. In the article the dynamic of actual meanings in the structure of mediaconcept and its versions is traced.

**Key words:** concept, version of the concept, mediaconcept, the capital of the Ural republic, the capital of Ural, the third capital, the capital of Eurasia.

Krapivina L. A. Teenagers addiction to information in a globalized world .....	84
--	----

The article analyzes the modern problem of information addiction intensification among the teenagers. We analyze the present social situation in Russian society, which is characterized by an increase in the number of young people who are unable to adequately address their personal, social, moral problems. Comparative results of years of research in Russia and Europe have shown that adolescents are in constant state of information overload and are regularly subjected to attacks by unwanted, and sometimes simply dangerous influence of mass communications. The methods of protection and management training for children of different ages, youth communities, developed in the press center «Karavelle» for fifty years are proposed by the author. All the theoretical conclusions are based on the practical results.

**Key words:** information society, information overload of the psyche, the level of information dependence, universal connectivity, subcultural adolescent groups, social network, all-aged press center, designed by the method of ideal, sense defining environment, adolescent world-view.

## PSYCHOLOGY

Malyavina S. S. Features of the valuable attitude to religious culture among contemporary YOUTH (Cross-cultural studies) .....	91
--	----

The paper presents an analysis of the valuable attitude to the religious culture among the youth of today. The method of investigation: a focus group discussion. Empirical research has revealed that the Orthodox Christians, Muslims and atheists in different ways see the value of religious culture. An important factor influencing individual opinion on this issue is ideological position with regard to religious cultures, and religious affiliation.

**Key words:** value attitudes, religious culture, Orthodox Christians, Muslims, atheists.

## SOCIOLOGY

Rudenko V. N. The middle class and the prospects of self-organisation of civil society in Russia .....	100
--	-----

The article analyses thoughts about law and democracy of contemporary Russians. It discloses the nature of Russians' dissatisfaction in prevailing political system and describes its reasons. It describes main directions of modernization of political system in Russia and analyzes the role of middle-class in this process.

**Key words:** democracy, self-organization, middle-class, political system, order.

Britvina I. B. Migrants as object of sociological studying: methodology and technique problems .....	106
--	-----

Article contains the analysis of methodological and methodical of migrant communities' studies within the limits of the sociological approach. The author suggests to study migration through

interaction of three subjects of migratory processes: the releasing community, accepting community and migrating group. The author justifies the system of factors which determine migratory behavior. The author suggests to analyze subjects of migratory interaction from the point of view of the multilevel approach. It allocates methodical problems of their studying

**Key words:** migration, migrating group, accepting group, releasing group, determination of migrants' behaviour.

## PERSONALITY AND SOCIETY

*Ermakov Yu. A. «Political animal» in the context of corruption ..... 116*

The article is devoted to the analysis of anthropologic roots of corruption as a sin of human being. Author considers that power of influence of instinctive schemes of someone else's property appropriation, peculiar to the primates, on the mind and behavior of the modern person, especially an official, should be taken into account when creating anti-corruption policy. In this case the fight against this pernicious phenomenon can be efficient enough.

**Key words:** corruption, primates, hierarchy, power, instinctive behavioral scheme, officials, state, breaking of the law, politics, effectiveness.

## ARTS AND CULTURE STUDIES

*Bystrova T. Yu. Evolution of Louis Kahn's architecture ..... 122*

This article is devoted to creative biography of American architect L. Kahn. He is traditionally defined as a representative of modernistic (at times neobrutalistic) architecture. After having researched L. Kahn's statements and context of his creativity, we can make a conclusion considering the evolution of his ideas – in particular the growth of attention to the ontology of light, which became his main expressive instrument.

**Key words:** Louis Kahn, functionalism, modernism, light in architecture, socio-cultural background of architecture, Yale University Art Gallery, Esherik House, First Unitarian church in Rochester, National Assembly of Bangladesh.

*Shutemova E. A. Art principles shapformation in the project design ..... 135*

In the article the problem zone of project-design methodology, in particular the methods of shapformation are being examined. The value and place of metaphorical principles in design shapformation are defined. The opportunity of their quantitative and qualitative increment are proved due to the art principles. The concept of the art method as universal operational – creative technology of creation of aesthetic- expressive, poetic-shaped forms in art and design are introduced.

**Key words:** methods of shape formation, metaphorical principles of shape formation, art principles of shape formations, principles of imagination, art method.

## ACADEMIC CURRICULUM

*Britvin A. M., Britvina I. B., Starostova L. E. Science conference as a communicative approach to the interaction of the university and the territory ..... 144*

The article describes the experience of the Department of marketing communications and branding UFU in terms of holding scientific conferences in the new format, which provides direct participation of the general public, business-community and authorities of a specific territory in the discussion of issues concerning the cities' promotion. The approach itself could be considered as the brand new one, in particular, - conducting of the meeting of University and city community representatives in the cities, focusing on issues of particular city's promotion.

**Key words:** conference, geo-branding, city, brand, promotion, round table.

*Bakshtanovsky V. I., Bogdanova M. V.* Ethics of professor: professional community rebirth .. 150

The problem of reinstitutionalization of the norm-value system of the University professor activity is being analyzed in the article. The authors examine the interaction of the innovation paradigm of the applied ethics and the concept of ethos sociology used as the methodology of high profession crisis resProearch. on. Projecting of Professional Community Declaration is described as a method for professor's ethics rebirth.

Key words: norm-value system, ethos, profession, professor's ethics, rebirth.

## REVIEWS

*Zinovyev I. V.* From theory of communication – to the philosophy  
of the information society ..... 157

ИЗВЕСТИЯ  
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА  
Серия 1  
Проблемы образования, науки и культуры  
2012  
№ 2 (101)

Редактор и корректор *Н. В. Чанеева*  
Компьютерная верстка *Л. А. Хухаревой*

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48321 от 27.01.12.  
Учредитель – Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего профессионального образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России  
Б. Н. Ельцина». 620083, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Подписано в печать 20.05.2012. Формат 70 × 100  $\frac{1}{16}$ .  
Уч.-изд. л. 14,1. Усл.-печ. л. 14,3. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.  
Печать офсетная. Тираж 300 экз. Заказ 681.

Издательство Уральского университета. 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.  
Отпечатано в ИПЦ УрФУ. 620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.

## **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 № ФС77-48321 от 27. 01. 2012 г.;
- зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering – ISSN) 28. 03. 2012 г. с присвоением международного стандартного номера ISSN 2227-2275;
- включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук в соответствии с рекомендациями экспертных советов по педагогическим наукам, филологии, психологии, культурологии и социологии Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ;
- включен в объединенный каталог «Пресса России». Индекс 82410;
- 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 рукописей**

1. Автор высылает в редакцию по электронной почте ([izvestia\\_1@usu.ru](mailto:izvestia_1@usu.ru)) **текст статьи** (см. ниже требования к оригиналу), **анкету статьи** (см. на сайте журнала <http://proceedings.usu.ru>) и отсканированную **внешнюю рецензию** (внешнюю рецензию дает специалист соответствующей отрасли знаний, не работающий в одном вузе или на одном факультете, или на одной кафедре с автором статьи). Официально заверенный оригинал внешней рецензии автор предоставляет в редакцию по почте или лично. Статьи без анкеты и внешней рецензии не рассматриваются.

2. 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.

3. В целях обеспечения высокого научного уровня публикаций редакция оставляет за собой право на направление статьи на дополнительное рецензирование.

4. Автор пересыпает исправленный текст в редакцию по электронной почте.

5. Редакция соглашается с автором исправления, дополнения и т. п., которые необходимо внести в статью по рекомендации рецензентов.

6. Статьи, одобренные редакцией, печатаются бесплатно.

7. При отсутствии возможности размещения статьи в текущем номере, она публикуется в порядке очередности.

### **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 (по ГОСТу 7. 9. –95; включает характеристику основной темы, проблемы, объекта, цели работы и ее результаты,

указывает, что нового несет в себе данная статья в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению; ее рекомендуется писать простыми предложениями, без сложных синтаксических конструкций);

д) ключевые слова по исследуемой проблеме;

е) инициалы и фамилия автора, заголовок статьи, аннотация к статье, ключевые слова на английском языке (обращаем внимание авторов на необходимость представления качественного перевода, неадекватный перевод может стать основанием для отклонения статьи);

ж) основной текст статьи с отсылками на затекстовые библиографические ссылки;

з) список затекстовых библиографических ссылок в алфавитном порядке (см. образцы оформления).

## 2. Оформление библиографического аппарата.

После написания статьи автор оформляет библиографические ссылки в соответствии с требованиями ГОСТа Р 7.0.5—2008 «Библиографические ссылки. Общие требования и правила составления»:

а) цитируемые литература и другие источники располагаются в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или первой букве названия других источников. Литература и источники на иностранных языках располагаются в конце затекстового списка по латинскому алфавиту. Затем весь затекстовый список нумеруется по порядку. Например:

1. *Бернштам Т. А.* Приходская жизнь русской деревни. СПб., 2005.

2. Выступление Президента на собре руководящего состава Вооруженных сил от 16.11.2006 г.

[Электронный ресурс] // Сайт Президента РФ. URL: <http://www.kremlin.ru> (дата обращения: 14.02.2007).

3. *Герцен А. И.* С того берега // Соч.: в 9 т. М., 1956. Т. 3. С. 58–112.

...

9. *Коробкин М.* Уральское хозяйство и внешний рынок // Хоз-во Урала. 1925. № 27. С. 8–10.

10. *Куропаткин А. Н.* Отчет генерал-адъютанта Куропаткина: в 4 т. Санкт-Петербург ; Варшава, 1906–1907. Т. 1.

11. *Николаев И. А., Марушкина Е. В.* Бедность в России [Электронный ресурс] // Экономический анализ. М., 2005. URL: <http://www.fbk.ru> (дата обращения: 12. 01. 12).

...

21. *Шацилло 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;

б) внутритекстовые ссылки обозначаются цифрами в квадратных скобках следующим образом: [1] — общее указание на книгу или другой источник по теме исследования; [1, 23] — первая цифра указывает на источник прямого или косвенного цитирования согласно алфавитному списку источников, вторая (курсивом) — на страницу.

*Примечание.* При ссылке на электронный ресурс страницы не указываются.

в) отсылки на архивные документы в тексте оформляются аналогично: в квадратных скобках, элементы отсылки через запятую. Ссылки на архивный источник за текстом — по правилам оформления затекстовых ссылок. Название архива, если оно не является общепринятым, расшифровывают:

[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. Текст не должен содержать сложных таблиц, графиков и рисунков.

Почтовый адрес редакции: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Редакция журнала «Известия УрФУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры».

Главному редактору Амиротову Валерию Михайловичу.

Материалы принимаются в Издательстве УрФУ:

ул. Тургенева, 4, отдел донепечатной подготовки (для Ларисы Александровны Хухаревой).

Электронный адрес журнала: [izvestia\\_1@usu.ru](mailto:izvestia_1@usu.ru)