

ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального
университета

Серия 1
Проблемы образования,
науки и культуры

2013

№ 2 (113)

IZVESTIA

Ural Federal University
Journal

Series 1
Issues in Education,
Science and Culture

2013

№ 2 (113)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

- В. А. Кокшаров**, ректор УрФУ,
председатель совета
- Д. В. Бугров**, директор Института
гуманитарных наук и искусств УрФУ
- М. Б. Хомяков**, директор Института
социальных и политических наук УрФУ
- В. В. Алексеев**, акад. РАН
- А. Е. Аникин**, чл.-корр. РАН
- В. А. Виноградов**, чл.-корр. РАН
- А. В. Головнев**, чл.-корр. РАН
- С. В. Голынец**, акад. РАН
- 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)
- Д. Беннер**, проф. (Германия)
- Дж. Боулт**, проф. (США)
- П. Бушкович**, проф. (США)
- М. М. Гиршман**, проф. (Украина)
- М. Гудерцо**, проф. (Италия)
- Л. Инчуань**, проф. (Тайвань)
- А. Ковач**, проф. (Румыния)
- Н. Коллман**, проф. (США)
- Дж. Майклсон**, проф. (США)
- А. Мустайоки**, проф. (Финляндия)
- Б. Ю. Норман**, проф. (Белоруссия)
- М. Перри**, проф. (Великобритания)
- Х. Рюсс**, проф. (Германия)
- Г. Саймонс**, проф. (Швеция)
- К. Хьюитт**, проф. (Великобритания)
- А. Федотов**, проф. (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

- Амиров В. М.* Этика журналиста в дискурсе современного вооруженного конфликта 6
- Ильина О. В., Белинская Н. Э.* Стилистическое своеобразие балетной критики 11
- Исхаков Р. Л.* Репрессированная журналистика Урала (по материалам архива УФСБ России по Свердловской области) 20
- Кушнерук С. Л., Чудинов А. П.* Прагматика миромоделирования: что стоит за рекламным слоганом? ... 28
- Лазарева Э. А., Горина Е. В.* Структурная модель и свойства дискурсивной системы Интернета 41
- Мясникова М. А.* Художественное телевидение в современной России: старые проблемы и новые явления 47
- Олешко Е. В., Хижная Е. В.* Вызовы нового тысячелетия: особенности и проблемы современного медиарынка специализированных СМИ 55
- Павлович О. В.* Трансформация манипулятивных коммуникаций: от общины до индустриального общества 63
- Стровский Д. Л., Саймонс Г.* СМИ как источник пропаганды (на примере освещения газетами «The New York Times» и «The Washington Times» современной ситуации в Сирии) 71
- Чемякин Ю. В.* Корпоративная пресса: определение понятия, типологические критерии, специфика функционирования 86
- ОБРАЗОВАНИЕ. ПРОСВЕЩЕНИЕ
- Олешко В. Ф.* Магистерская диссертация: научный поиск или обобщение практики? 94
- Кофанова Е. В.* Проектная научно-исследовательская деятельность студентов в условиях современного информационного общества 101
- ### СОЦИОЛОГИЯ
- Амбарова П. А.* О проблеме динамики социального времени 109
- Банникова Л. Н., Кучкильдина М. А., Петров А. Ю.* Межпоколенная преемственность в формировании технической элиты индустриального региона 116
- Белова О. Р., Боронина Л. Н., Вишневский Ю. Р., Нархов Д. Ю.* Валеологическая и физическая культура: теоретико-методологический анализ 123
- Васильева О. В., Кораблева Г. Б.* Интеллектуальная элита индустриального города 132
- Голенкова З. Т., Игитханян Е. Д.* Интеграционные процессы в социально-структурных отношениях современного российского общества 139
- Зборовский Г. Е.* Публичная социология в регионе 153
- Зырянов С. Г., Богданова Д. В.* Ценности молодежи в российском трансформирующемся обществе: региональная проекция (на примере Челябинской области) 159
- Меренков А. В.* Управление социальными процессами в неопределенном обществе 167
- Певная М. В.* Дисциплинарные и методологические подходы к исследованию волонтерства 174
- Стегний В. Н., Курбатова Л. Н.* Личность как объект социологического анализа в отраженном социальном времени (по результатам социологических исследований) 181

- Гриднев Д. А.* Проблемы управления системой военного образования в период реформы 187

ПСИХОЛОГИЯ

- Исмаилова Ф. С., Миролубова Г. С.* Теоретическое исследование проблемы взаимоотношений профессионалов разных поколений: классификация факторов влияния 203

- Попова Л. Г., Разина М. В.* Личностные особенности воцерковленных (православных) подростков: штрихи к психологическому портрету воцерковленного человека 217

КУЛЬТУРА МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

- Богатырева О. Н.* Особенности международного сотрудничества французских территориальных коллективов 225

- Кузьмин В. А.* Торговые отношения Турции с Англией, США и Германией в начальный период Второй мировой войны 234

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ

- Койнова Н. В.* Развитие экологических взглядов в органической архитектуре Фрэнка Ллойда Райта 239

- Мартынова Е. И., Шумихина Л. А.* Двусторонность как сущностная характеристика процесса аккультурации (на артефактах художественной культуры и письменности Киевской Руси) 249

УГОЛ ЗРЕНИЯ

- Ермаков Ю. А.* Теневая личность в политике и культуре: коллизии тайной власти 257

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

- Зиновьев И. В.* Синтетические медиа будущего: мультимедийность и мультиавторство 266

- Олешко В. Ф.* Медиалогия как синтез наук 272

ЮБИЛЕИ

- О юбилее М. М. Ковалевой 276

ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 070.11 + 331.101.3:174 + 070.431.2

В. М. Амиров

ЭТИКА ЖУРНАЛИСТА В ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОГО ВООРУЖЕННОГО КОНФЛИКТА

Анализируются этические аспекты функционирования дискурса журналистики вооруженных конфликтов. Рассматриваются различные подходы к этике журналистов, работающих в зоне военных конфликтов.

Ключевые слова: этика, нормы, журналистика, война, военный корреспондент, право, закон.

Этические требования к практике сбора и интерпретации журналистом материала из зоны вооруженного конфликта непосредственно влияют на содержание публикуемых в газетах и журналах текстов, в той или иной степени определяют авторскую позицию, морально-нравственные установки, эксплицитно или имплицитно реализованные в текстах батального репортажа или очерка, военной аналитической корреспонденции или комментария, посвященного вооруженному конфликту. «Объективность, беспристрастность, нравственность — это главные критерии, по которым определяется профессионализм журналистов всех мировых информационных агентств», — указывает электронный ресурс военных журналистов «Периодико.ру» [4].

Совершенно очевидно, что сегодня этические нормы становятся неотъемлемой частью журналистского дискурса современного вооруженного конфликта и могут быть рассмотрены именно в контексте дискурса.

Выделим некоторые, наиболее значимые функции этических нормативов, характерные для журналистского дискурса современного вооруженного конфликта.

АМИРОВ Валерий Михайлович — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: vestnik-va@mail.ru).

Во-первых, этические нормативы устанавливают некий коммуникативный регламент журналисту, освещающему проблематику вооруженного конфликта. Разумеется, регламент этот не может быть жестким и однозначным, поскольку предусмотреть все ситуации нельзя. Он скорее носит идеологический характер. Например, такой неписаный регламент выставляет за грань моральности любую постановочность в фоторепортажах с места события, любую плату участникам событий за интервью, не допускает наличие в материале концептов расовой и национальной ненависти и т. д.

Во-вторых, неписанные этические нормативы выводят за круг моральности деятельность журналистов-стрингеров, добывающих информацию для последующей ее продажи средствами массовой информации, поскольку информация, изначально подготовленная как коммерческий продукт, вряд ли может претендовать на объективность.

В-третьих, несмотря на высокую конкуренцию между фронтовыми журналистами за самую актуальную информацию, этические нормы требуют оказывать посильную помощь товарищам по журналистскому сообществу.

В-четвертых, этические нормативы однозначно призывают к разумному ограничению показа жестокости, даже если речь идет о боевых действиях, где жестокость является неизбежностью.

Конструирование этического поля в журналистском дискурсе современного вооруженного конфликта осуществляется по нескольким направлениям. Одним из главных является *разработка соответствующей документальной базы*. Поскольку этика никак не регламентируется и вряд ли вообще может регламентироваться законодательными и подзаконными актами, документы эти целиком и полностью относятся к числу корпоративных, т. е. не являющихся обязательными к исполнению де-юре, но признаваемыми де-факто большинством профессиональных журналистских объединений. Эти документы считаются универсальными для всех направлений журналистики, однако журналистика вооруженных конфликтов, имеющая ряд принципиальных особенностей, разработала для себя несколько положений, которые учитывают специфику деятельности фронтовых корреспондентов.

Развитие журналистики и осознание представителями массмедиа своей роли в борьбе за мир логически привели журналистское сообщество к выработке профессиональных принципов и стандартов работы представителей средств массовой информации в зонах вооруженных конфликтов. Эти принципы и стандарты базируются на общих профессиональных правилах работы СМИ, принятых рядом международных форумов. Общие правила описаны, например, в Международной декларации принципов поведения журналистов, принятой конгрессом Международной федерации журналистов (МФЖ) в 1954 г. и дополненной на сессии конгресса МФЖ в 1986 г., и в Международных принципах профессиональной этики журналиста, принятых на консультативной встрече международных и региональных журналистских организаций в Париже в 1983 г. На этой же встрече была конкретизирована роль, которую «информация и коммуникация играют на национальном и международном уровне, учитывая возросшую социальную ответственность средств массовой информации и

журналистов». Были выработаны принципы профессиональной этики. При этом документ прямо говорит и об объективности, полагая, что «первейшая задача журналиста — гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности» [5].

В России на базе указанных международных документов разработаны и действуют два кодекса: Кодекс профессиональной этики журналиста, принятый первым съездом Союза журналистов СССР на конфедеративной основе 24 апреля 1991 г., и Кодекс профессиональной этики российского журналиста, одобренный конгрессом журналистов России 23 июня 1994 г. Последний, в частности, требует от журналиста ни при каких обстоятельствах не брать в руки оружия: «Журналист сознает, что его профессиональная деятельность заканчивается в тот момент, когда он берет в руки оружие» [1].

Различными российскими и международными общественными организациями разработаны также правила работы журналиста при освещении ситуаций совершения террористических актов, которые можно рассматривать, с точки зрения профессиональных задач СМИ, как особого вида вооруженный конфликт. Наиболее концентрированно эти правила выражены в документе, который называется «Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции» (далее — Принципы). Документ принят Федеративным советом Союза журналистов России 30 октября 2001 г. и одобрен VII съездом Союза журналистов России 16 мая 2003 г.

Представляется, что логика документа делает его универсальным для многих ситуаций, в которых может оказаться журналист, пишущий на «экстремальные» темы. Как сказано в преамбуле документа, Принципы исходят из недвусмысленного осуждения мировым сообществом всех актов, методов и практики терроризма как преступных и неоправданных, независимо от их мотивировки, во всех их формах и проявлениях, где бы и кем бы они ни совершались. При этом под террористическим актом понимается, во-первых, любое деяние, направленное на то, чтобы лишить жизни любого человека, не принимающего активного участия в военных действиях в ситуации вооруженного конфликта, или причинить ему тяжкое телесное повреждение, цель такого деяния — запугать население или заставить правительство или международную организацию совершить какое-либо действие или воздержаться от его совершения, а во-вторых, любое деяние, представляющее собой преступление согласно сфере применения любого из международных договоров, перечисленных в Приложении к Международной конвенции о борьбе с финансированием терроризма от 9 декабря 1999 г. Принципы являются неким ответом на резолюцию конференции ЮНЕСКО «Терроризм и средства массовой информации» (Манила, 1–2 мая 2002 г.), в которой содержится призыв к журналистским и медийным ассоциациям принять меры по расширению способностей СМИ профессионально сообщать о терроризме и способствовать толерантности, в том числе через обеспечение возможностей СМИ обсуждать этические проблемы, касающиеся освещения терроризма.

Принципы условно разделены на три группы. В первой из них содержатся положения, связанные с обеспечением со стороны журналиста безопасности жизни потенциальных жертв. Документ обязывает журналиста не предпринимать никаких действий, которые реально и непосредственно могут подвергнуть жизнь заложников и потенциальных жертв еще большему риску. Журналист должен избегать прямых контактов с террористами, если это может подвергнуть еще большей опасности жизнь заложников и потенциальных жертв, а также создать угрозу жизни самого журналиста, проявлять особую чуткость к очевидцам событий как к источникам информации, особенно к детям, женщинам, пожилым, а также беженцам. Эти и еще ряд других требований Принципов исходят из понимания абсолютной ценности человеческой жизни.

Вторая группа принципов касается профессионализма представителей СМИ. Здесь говорится о том, что журналист должен быть особенно аккуратен и осторожен при подаче материала о террористическом акте и контртеррористической операции. Он обязан полно и точно рассказывать о террористических актах и борьбе с терроризмом, чтобы тем самым содействовать открытым, информированным общественным дебатам, которые в любом случае необходимы для достижения долгосрочных решений проблем терроризма.

Материалы документа предостерегают журналиста о том, чтобы он не стал рупором для выражения взглядов и программы действий террористов, предупреждают о необходимости сохранять баланс между правом аудитории СМИ знать правду о подробностях террористических актов и правом обвиняемых в терроризме на беспристрастный суд.

Подчеркнем, что Принципы требуют не допускать монтажа фото- и видеоматериалов, который может исказить представление аудитории СМИ о реальных событиях, а также воздерживаться от неподобающей сенсационности и натурализма при показе жестокости и насилия со стороны террористов, проявляя должное уважение к нравственным и религиозным чувствам представителей аудитории СМИ и, прежде всего, к страданиям жертв терроризма и чувствам их близких.

Третья группа принципов посвящена проблемам обеспечения безопасности журналистов. Журналистскими сообществами разработано на этот счет немало рекомендаций, имеющих свою специфику. В частности, представляет интерес список ограничений, добровольно налагаемый на себя журналистом в зонах экстремальных ситуаций, разработанный Гильдией военной журналистики Медиасоюза [3]. В каждой редакции, корреспонденты которой работали в горячих точках, существуют на этот счет свои правила и нормы. Какой именно список возьмет для себя за основу журналист, не так принципиально, они отличаются друг от друга разве что стилем и последовательностью изложения. Важно понимание журналистом необходимости соблюдения этических норм и умение сочетать их со своими морально-нравственными установками, голосом своей совести.

Наряду с приведенными выше принципами различные профессиональные журналистские группы разрабатывали и продолжают разрабатывать этические положения, которые учитывали бы изменения, происходящие в технологии

работы фронтовых репортеров, а также тенденции гуманизации и пацифизации общественного сознания, особенно проявляющихся в развитых государствах Европы и в США.

Примером таких поисков являются «10 правил мирной журналистики, или журналистики в защиту мира», широко обсуждающиеся на профессиональных европейских журналистских форумах в последние годы [7]. В этом документе содержатся, в частности, требования о том, что «средства массовой информации должны предлагать осмысленные и хорошо написанные сообщения о “нормальных людях”. Именно таким образом они могут дать персонализированное изображение войны». В документе вводится новое для журналистики вооруженных конфликтов понятие «*гlorификация*» [2]. Одобряется такой подход, когда в своих сообщениях о военных событиях средства массовой информации избегают гlorификации технологий, т. е. прославления и восхваления их. Еще одним отличием является предложение не отказываться от представления читателю и зрителю заведомо травмогенного материала: средства массовой информации не должны отказываться от представления «кровавого» материала («blood-and-guts», букв. «кровь и внутренности») только потому, что у кого-то это может вызвать негативную реакцию и отторжение.

Важные аспекты этики работы в зонах вооруженных конфликтов тележурналистов указаны в принятой Государственной думой в 2005 г. хартии телезрителей «Против насилия и жестокости», подписанной руководителями шести ведущих российских телевизионных каналов. Особенностью этого документа является строгое регламентирование показа жестокости: «Подобные материалы могут содержаться лишь в программах новостей, в том числе в репортажах, ведущихся с места событий, и лишь в пределах, обусловленных информационной целью, а также в телевизионных, документальных, художественных фильмах или иных аудиовизуальных произведениях — в соответствии с творческим замыслом авторов и сюжетными линиями фильмов» [6].

Все это убеждает в том, что подходов к профессиональной этике в таком многосложном направлении, как журналистика вооруженных конфликтов, может быть много. Принимаемые документы так или иначе отражают время, в которое были созданы, ориентируются на государственные и общественные установки, религиозные и этнические традиции показа СМИ тех или иных аспектов войны. Разумеется, любой этический кодекс не может быть обязывающей инструкцией и не является основой для юридических оценок действий журналиста. Вместе с тем этические нормы, устанавливаемые профессиональным сообществом, становятся безусловным морально-нравственным ориентиром, регламентирующим действия журналиста, работающего в зоне вооруженного конфликта, и формирующим уровень доверия к передаваемой им информации.

1. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс] // Союз журналистов России : [офиц. сайт]. URL: <http://www.ruj.ru/about/codex.htm> (дата обращения: 4.02.2013).

2. *Комлев Н. Г.* Словарь иностранных слов. М., 2006.
3. Официальный сайт Медиасоюза [Электронный ресурс]. URL: www.mediasoyuz.ru (дата обращения: 7.02.2013).
4. Периодико.ру [Электронный ресурс]. URL: http://www.periodico.ru/na_voine/obektivnost.php (дата обращения: 5.02.2013).
5. Международные принципы профессиональной этики журналиста [Электронный ресурс]. URL: <http://www.isthis.narod.ru/princip.html> (дата обращения: 6.02.2013).
6. Центр защиты прав СМИ : официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mmdc.ru/self-regulation/dir74/single/235> (дата обращения: 6.02.2013).
7. *Vincent R. C., Galtung J.* Krisenkommunikation morgen. Zehn Vorschläge für eine andere Kriegsberichterstattung // М. Löffelholz (Hrsg.). Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation. Opladen, 1993. S. 177–211.

Статья поступила в редакцию 18.02.2013 г.

УДК 792.82 + 792.072 + 792.027.4

О. В. Ильина
Н. Э. Белинская

СТИЛИСТИЧЕСКОЕ СВОЕОБРАЗИЕ БАЛЕТНОЙ КРИТИКИ

Статья посвящена сравнительному исследованию русской балетной критики второй половины XIX в. и начала XXI в. Внимание авторов сосредоточено на аргументации в балетной критике и языковых особенностях стиля. Показано, что специфика балетной критики заключается в работе с двумя семиотическими системами: переводе с языка танца на естественный язык.

Ключевые слова: балетная критика, аргументация, стилистика.

Законы искусства не абсолютны — они исторически изменчивы. основоположник балетного театра как самостоятельного вида искусства Жан Жорж Новерр подчеркивал: «Правила хороши до некоего предела... Надобно уметь следовать им, но уметь также отказываться от них и вновь к ним возвращаться... Горе холодным художникам, цепляющимся за узкие правила своего искусства» (цит. по: [1, 15]). Мир искусства со временем действительно становится все сложнее, и человеку непросто ориентироваться в его многообразии. С одной стороны, активно развивается современное искусство, с другой стороны, постоянно переосмысливаются классические произведения. В такой ситуации важная роль отводится журналистике, которая выполняет ценностно-просветительскую, ориентирующую функцию.

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).

БЕЛИНСКАЯ Наталья Эдуардовна — выпускница Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: galateya2008@yandex.ru).

© Ильина О. В., Белинская Н. Э., 2013

Объектом нашего исследования является русская балетная критика второй половины XIX в. и начала XXI в. Источником материала послужили общественно-политические издания XIX в. — «Санкт-Петербургские ведомости» и «Петербургская газета», а также специализированное издание XIX в. — «Русская сцена». Для изучения стилистического своеобразия современной балетной критики мы взяли неспециализированный журнал «Итоги» и специализированный журнал «Балет». Такой выбор источников материала не случаен. Диакронический аспект исследования (сравнительно-исторический анализ) позволит проследить традиции и новации в балетной критике, отражающие также историческую изменчивость балетного искусства. Изучение же критических публикаций на синхронном срезе в разного типа изданиях (специализированных и неспециализированных) позволит показать вариативность балетной критики, в том числе и на современном этапе. Как пишут специалисты, «рецензент, ориентирующийся на аудиторию широкую, рассчитывает, прежде всего, на ее конформность, на ее доверие. Адресуясь к специальной аудитории, пишущий обязан учитывать ее критичность» [12, 130].

Нами было собрано и проанализировано 80 критических публикаций о балете журнала «Итоги» и специализированного журнала «Балет» за 2009–2011 гг. и более 60 критических публикаций о балете за период с 1857 до 1900 г. — всего более 150 публикаций. Отметим, что для анализа в том числе привлекались публикации о балете, собранные О. А. Петровым в книге «Русская балетная критика второй половины XIX в. Петербург» [10].

Мы сосредоточили внимание, с одной стороны, на аргументации в балетной критике, с другой стороны, на способах языкового оформления этой аргументации, зачастую экспрессивных.

Для начала обратимся к понятию «критика». Пограничный характер критики, ее положение между историей и философией, наукой и публицистикой, наукой и искусством, искусствознанием и журналистикой подчеркивают многие исследователи [1; 2, 285; 4, 8–39; и др.]. Ю. Б. Борев предлагает трактовку понятия художественной критики как «области, тесно связанной с эстетикой (сферой теории), с риторикой (которая в этом процессе олицетворяет собой методологию) и с собственно искусством (которое нуждалось в художественных критериях и поэтому рефлексировало, создавая принципы и процедуры самооценки)» [1, 461].

Известный российский ученый и телекритик Анри Вартанов писал, что «лишь с появлением массовой периодической прессы — журналов, газет — художественная критика обрела свой истинный облик. Говоря иными словами, критика и средства массовой коммуникации (СМК) находятся в тесной связи друг с другом. Было бы неверным рассматривать эту связь лишь как одностороннюю, при которой СМК выступают в качестве канала распространения, тиражирования художественно-критических произведений. Оказываясь частью сообщений, регулярно доставляемых кругу читателей газет и журналов, художественная критика в значительной степени испытывает существенное воздействие ряда факторов, непосредственно связанных с общественными функциями СМК. Она как бы органично включается в ряд разных

направлений журналистики, в ней с особой силой дают о себе знать качества публицистики» [3, 295].

Мы рассматриваем балетную критику как часть публицистики и как часть профессиональной деятельности журналистов. Однако мы осознаем научно-публицистическую природу критики и понимаем, что качественные материалы журналистов с их яркой публицистичностью со временем могут стать частью науки о балете.

Критическая публикация о балете существует, как правило, в жанре рецензии¹ и представляет собой вторичный текст, появившийся в результате того, что его автор предложил читателю свою интерпретацию первичного текста (о вторичных текстах см.: [7; 8; 9, 89–116]). Отметим, что в широком смысле под первичным текстом понимается не только литературное, научное или другое произведение, но и кинофильм, театральный спектакль, живописное полотно и др., т. е. нечто, обладающее смыслом и формой и поддающееся интерпретации [9, 89–105].

Критическая публикация предполагает интерпретацию и анализ первичного текста, а также аргументированное изложение позиции критика. Аргументация в критических публикациях не ограничивается традиционным обращением к логическим умозаключениям, фактическим данным и психологическому воздействию, она имеет свою специфику: для критики характерна также аргументация через представление первичного текста (о типах аргументов см.: [5; 6, 10–15; 9; 12]).

Рассмотрим примеры использования логических и фактологических аргументов в балетной рецензии. Например, тезис *«постановка балета “Приказ короля” оставляет желать лучшего»* обосновывается через указание причины: *«главный недостаток произведения г-на Визентини и Петипа заключается в стремлении провести через весь балет реальную правду, что в балете, требующем преобладания поэтической фантазии, всегда оказывалось неудачным»* (С.-Петербург. ведомости. 1886. 17 февр., № 48). В другой публикации тезис *«Бенефис г-жи Мадаевой и г-на Троицкого прошел интересно и чрезвычайно шумно»* обосновывается через аргументы-следствия: *«публика преподнесла бенефициантке великолепные бриллиантовые серьги, брошь и браслет, стоящие до полутора тысячи рублей»; «вообще спектакль 14-го октября был из блестящих, оация была шумная, вызовом и аплодисментам мы потеряли счет»* (Рус. сцена. 1865. 17 окт., № 4).

Используется и обоснование за счет опровержения контраргумента: контраргумент — *«некоторые находят, что артист не создал ничего самостоятельного и что он во всех балетах удачно копирует своего сотоварища по сцене г-на Стуколкина I-го»*, опровержение контраргумента — *«суждение это неосновательно, и роль Иванушки, никем не игранная до г-на Троицкого и им лично созданная, служит тому лучшим опровержением»* (Рус. сцена. 1865. 17 окт., № 4).

¹ Мы рассматриваем и тексты других жанров, относящихся к балетной критике: проблемные статьи, интервью, эссе, фельетоны и др., но основное наше внимание сосредоточено именно на рецензии как ключевом жанре художественной критики.

В рецензии «Нет повести банальнее» современный балетный критик Лейла Гучмазова выстраивает все доказательство тезиса на опровержении контраргументов. Речь идет о восстановлении «Ромео и Джульетты» в постановке Юрия Григоровича 1979 г. Тезис можно сформулировать так: *«премьера “Ромео и Джульетты” не удалась»*. Контраргумент — *«хотя спектакль густо населен, богато оформлен, стильно подсвечен»*, опровержение — *«и все-таки тяжел для сегодняшнего глаза. Все внятно, все очевидно, все логично»*. И снова контраргумент — *«идеально отработаны роли, кордебалет вымуштрован...»* — и опровержение — *«предсказуемо до скуки»*. И так строится весь материал, на опровержении контраргументов и на иронии (Итоги. 2010. 26 апр., № 17).

Не менее частотны аргументы-анalogии. В рецензии «От минимализма к Большому стилю» критик Ирина Губская проводит аналогю между балериной в образе Эгины и весталкой, а также сравнивает созданный балериной образ с образом Юдифи: *Екатерина Кондаурова сыграла яркую и независимую Эгину. В ней есть черты весталки, храмовой служительницы, соблазна и недоступность. Это Юдифь, которая защищает свой мир и увлекается* (Балет. 2010. Сент.-окт., № 5). В публикации «Но авангардным быть обязан» Лейла Гучмазова сравнивает классических балерин, исполняющих танец-модерн, с японскими анимэ: *Лебедицы и виллисы смотрелись жесткими компьютерными анимэ. Этим сравнением журналист хочет сделать исполнителям комплимент: Прежде не блиставших в современной хореографии солисток было не узнать* (Итоги. 2011. 1 авг., № 31). К слову, современные балетные критики периодически критикуют русских балерин за неумение танцевать современный танец, за то, что «они застряли в архаичности классического танца» и т. д.

Интересно употребление аргумента как пояснения в виде определения понятия. В рецензии «В поисках Беловодья» Наталия Левкоева рассказывает о премьерe в балете «Москва» одноактного спектакля «Беловодье»: *Что такое Беловодье, неискушенный зритель не узнает из программки спектакля, хотя этого явно недостает, тогда действие воспринималось бы более осознанно и остро. Ведь Беловодье в русских народных преданиях — это священная земля славян, легендарная страна свободы, на поиски которой уходили, веря, что она реально существует на земле. Но путь туда долог и труден, не всякому суждено найти ее, и не всякому эта страна откроется. Найти Беловодье означало обрести свободу и гармонию* (Балет. 2011. Янв.-февр., № 1). Специфика этого аргумента заключается в том, что автор выступает в роли просветителя и, расшифровывая понятие «Беловодье», он создает новую трактовку спектакля для зрителя.

Среди психологических аргументов используются аргумент к авторитету зрителя, аргумент к авторитету известного деятеля культуры, эксперта и др. Например: *Гейне был отчасти прав, сказав, что в нашем балете, как в классической трагедии, только и видишь одну натянутую искусственность...* (Рус. сцена. 1865. 17 окт., № 4).

Отдельно рассмотрим аргументацию через представление первичного текста. Ее можно отнести к фактологическим аргументам, при этом она может одновременно служить и средством психологического воздействия, будучи поданной ярко и образно. Но рассмотреть этот тип аргументов мы хотим отдель-

но, так как он является специфичным именно для критики, в частности для рецензии. Занимательным примером представления первичного текста является фрагмент текста из неспециализированного издания «Санкт-Петербургские ведомости», где автор пытается описать классические движения: *Вообще г-жа Феррарис делает на пальцах необыкновенные вещи; она не только ходит на них, но даже прыгает. Она стоит, например, на пальцах одной ноги, опираясь на плечо г-на Иогансона, который выскользывает из-под ее руки и делает довольно продолжительный пируэт. Она все это время продолжает стоять на пальцах и только изредка и то слегка подпрыгивает, чтобы удержать равновесие* (С.-Петерб. ведомости. 1858. 9 нояб., № 246). Как мы видим, это попытка рецензента передать балетную технику. Он наглядно описывает туры и пируэты — элементы классического танца. А вот современный пример аргументации через описание сюжета из рецензии Ольги Розановой «Большая любовь маленькой Фадетты»: *Фабула двухактного балета напоминает популярную повесть Куприна «Олеся» только с относительно благополучным финалом* (аргумент-аналогия. — Н. Б., О. И.). *Фадетта, ее старая бабушка и маленький брат обитают в лесной хижине, довольствуясь лишь необходимым. Но жители соседней деревни считают старуху колдуньей и готовы расправиться с ее семьей. Только добрый сердцем Андре — сын богача Просперо — вступает за бедняков и открывает в диковатой девушке чистую отзывчивую душу. Полюбив Фадетту, Андре расстается с невестой Мадлон, бросает вызов отцу и всем односельчанам и покидает вместе с избранницей родную деревню* (Балет. 2010. Янв.–февр., № 1).

Важный вывод, к которому мы пришли, касается сущности балетной критики в целом. В балете танцевальные, технически сложные движения человеческого тела создают особый художественный мир, и балетная критика должна передавать образную структуру этого мира. При этом в балетной критике в роли первичного текста выступает текст иной семиотической системы, текст, созданный не на естественном языке, а на языке танца. Это определяет специфику аргументации через представление первичного текста в рецензиях на балет. Элементы первичного текста (балетного спектакля), которые могут быть представлены в рецензии, — это либретто (пересказ сюжета), описание танцевальных движений, элементы сценографии, описание мимики и пластики танцовщиков и др. При этом необходим перевод с языка танца на естественный язык. Возможно, этим и обусловлено обилие терминов, а также активное использование переносных употреблений (метафор, эпитетов и др.) для более точного, ёмкого, краткого описания происходящего на сцене. Например: *Баганова с легкостью профессионала contemporary dance, привычного к миксу жанров и стилей, использует приемы кино и приемчики дефиле — на авансцене будто крупным планом «выдавливают кровь» из деревянных фигурок, фея носит опасные для рук жестяные латы...* (Итоги. 2010. 20 дек., № 51). Для образного представления первичного текста используется метафора («выдавливают кровь»), а для точности и краткости описания — термины и заимствованные слова (*дефиле, авансцена, contemporary dance*).

Обилие специальной балетной терминологии и профессионализмов вообще характерно для балетной критики. Например: *Группа вместе с хореографом*

предлагает присмотреться к невероятной сексуальности одетой в камзол женщины, изяществу простого **батмана**, прелести **непуантного танца** (Итоги. 2011. 21 февр., № 8); **Танцев в нем довольно, но нет танцующих масс** («масса» — профессионализм, обозначающий кордебалет. — Н. Б., О. И.), к которым приучил нас г-н Перро (С.-Петербург. ведомости. 1859. 11 окт., № 220); **Царь-девицу с одинаковым успехом могла бы исполнять всякая корифейка или кордебалетная, «у воды стоящая»** (в профессиональной балетной среде такое выражение означает «ничего не представляющую собой артистку, которая стоит в последних линиях кордебалета». — Н. Б., О. И.) (Петербург. газ. (воскр. прибавление). 1896. 21 янв., № 20); **Coup de pied** — прелесть! (Там же). Отметим активное использование, особенно в балетной критике XIX в., заимствований из французского языка, в том числе в иноязычном написании, что обусловлено и происхождением балетной терминологии из французского языка, и активными контактами Франции и России.

Рассмотрим примеры использования тропов, создающих сложные образы: **М. А. Ефремова не танцует, а бревнами полощет** (сравнение. — Н. Б., О. И.). ...с другой стороны хвалили, называли ее **«стальными носками»** (Петербург. газ. (воскр. прибавление). 1896. 21 янв., № 20). В данном тексте использован эпитет **«стальные»** по отношению к носкам (кончикам пальцев ноги), но одновременно словосочетание **«стальные носки»** употреблено для названия не части (носки), а целого — самой балерины. Эпитеты часто позволяют дать точную, емкую характеристику профессионального мастерства балерины: **Ее воздушные полеты, чистота в турах и пируэтах** (профессионализмы. — Н. Б., О. И.), **гранитные пуанты** (Петербург. газ. 1893. 11 янв., № 10). Интересно, что образ гранита для описания пуантов используется довольно часто в эпитетах, метафорах, сравнениях (**гранитные пуанты, пуанты как гранит**). А вот примеры очень точных сравнений: **Целый ряд двойных туров** (термин. — Н. Б., О. И.) **на носках ей ничем: она делает их так легко и с такою уверенностью, как будто глотает одну за другой устрицу!** (Там же. 1891. 19 февр., № 49); ...особенно следует отметить **как циркулем прочерченные графичные фуэте** (термин. — Н. Б., О. И.) **на одной точке сцены** (Балет. 2009. Ноябрь–дек., № 6). Такие яркие, необычные сравнения, эпитеты, метафоры позволяют не только придать речи экспрессию, создать яркий образ, но и наиболее точно и кратко выразить нужную критику мысль, описать происходящее на сцене, передать впечатление от увиденного.

Охарактеризуем специфику балетной критики разных временных периодов.

Вторая половина XIX в. — это период активного развития балетной критики. Картина русской культурной жизни этого времени была бы неполной без русского балета, который начал отсчитывать свое второе столетие: это и «Спящая красавица», и «Лебединое озеро», и «Раймонда», и «Щелкунчик» и многое другое.

Однако тогда, во второй половине XIX в., особенно в 60–70-е гг., даже в среде художественной интеллигенции существовало ироническое отношение к балету, балет упрекали в аполитичности и в отрыве от действительности (см. об этом подробнее [10, 7–13]). Среди ироничных критиков был и М. Е. Салты-

ков-Щедрин. «Я люблю балет за его постоянство. Возникают новые государства; врываются на сцену новые люди, нарождаются новые факты; изменяется целый строй жизни; наука и искусство с тревожным вниманием следят за этими явлениями, дополняющими и отчасти изменяющими самое их содержание — один балет ни о чем не слышит и не знает...», — писал он [13, 132–133]. Современные историки балета цитируют и другой отрывок из того же памфлета М. Е. Салтыкова-Щедрина «Проект современного балета», где, продолжая громить зрителей-консерваторов, писатель замечает: «...они любят уноситься мыслью в трансцендентальные сферы при виде коротких газовых юбочек...» [Там же].

В это время рецензии на балет часто ограничивались пересказом содержания спектаклей и описанием исполнительского мастерства, а неспециализированная пресса к тому же в большей степени интересовалась «закулисной» жизнью балерин, нежели самим спектаклем. Массового читателя интересовало поведение зрителей во время спектакля и то, какой гонорар получают артисты и балетмейстеры, какое бриллиантовое ожерелье подарили танцовщице в честь юбилея и сколько оно стоит. В качественной специализированной прессе рецензенты старались давать более полную информацию о спектакле, пытались анализировать мастерство балерины, «теоретизировать» танец или, по крайней мере, дать справку по хореографии.

Среди характерных стилистических особенностей критических публикаций второй половины XIX в. мы можем отметить политематичность текстов, отсутствие заголовков, номинативный характер подзаголовков, отсутствие в них экспрессии. Приведем пример группы подзаголовков, ярко отражающих политематичность самого текста: «*Театральные хлопальщики. — Хлопальщик-дилетант. — Бенефис г-на Иогансона. — Танцовщица из Варшавы*» (С.-Петербург. ведомости. 1857. 8 дек., № 267).

В XXI в. сменились ориентиры и предпочтения в построении текста, в использовании средств выразительности, экспрессивными стали и заголовки: «*Сказка — ложь?*» (Балет. 2010. Сент.–окт. № 5); «*До полной гибели всерьез*» (Там же. 2011. Май–июнь, № 3); «*Сезон сезонов*» (Там же. 2010. Янв.–февр., № 1); «*Обнаженное танго*» (Там же. 2011. Июль–окт., № 4–5); «*Козьи козни*» (о балете «Эсмеральда»: Итоги. 28 дек. 2009. № 53); «*Пучок петрушки*» (о балете «Петрушка»: Итоги». 2010. 12 июля, № 28) и пр.

На современном этапе мы также встречаем разные подходы к балетной критике в специализированной и неспециализированной прессе. Так, качественный специализированный журнал «Балет» представляет читателю глубокие, аналитические рецензии с разнообразной аргументацией, стилистически сдержанные. Общественно-политическое издание «Итоги», ориентированное на широкую, массовую аудиторию, дает в большем количестве рецензии-мнения и рецензии-впечатления, отличающиеся самобытным, ярким, выразительным языком. Постоянный балетный критик журнала «Итоги» Лейла Гучмазова всегда использует экспрессивное оформление аргументации: ее тексты насквозь ироничны, интертекстуальны, насыщены яркими символами, сравнениями, метафорами, создающими сложные и эмоциональные образы.

Для сравнения сопоставим две рецензии из данных изданий: рецензию «Хорошее отношение к клещиноподобным» Лейлы Гучмазовой (журнал «Итоги»), посвященную демонстрации спектакля «Ботаника» от Момикс Данс Компани на Чеховском фестивале, и рецензию «В поисках Беловодья» Натальи Левкоевой (журнал «Балет»):

Танцевал натуралистический скелет динозавра, будто сбежавший из музея палеонтологии. Из кулисы в кулису ползла улитка-мутант. Баловались красные человечки-кракозябры с соединенными гофротрубкой руками. Веселый безголовый цыпленок изображал балет невылупившихся птенцов (был такой и в русской музыке). ...на нее (на сцену. — *Н. Б., О. И.*) посыпались артисты в костюмах алых бутонов, в коих извращенный глаз постсоветского зрителя уловил сходство с бумажными гвоздиками массовых парадов. После цветов вылезли гигантские жуки и долго перебирали лапками под ритмы индийского табла. А потом вдруг прорезалась нежность: три пары на фоне ярко-зеленого листа вдруг отступили от правил и показали лиричное адажио, но нет — склеившись, пары тоже превратились в клещиноподобных, было двое, стало одно. Происходило это буйство на фоне задника со снятым анфас кузнечиком или анилиново-синего неба Windows с кудрявыми тучками (Итоги. 2011. 18 июля, № 29).

Елена Фокина предлагает зрителю свое прочтение темы, проецируя древнее предание на сегодняшнюю действительность. На сцене — круг кресел, где сидят зрители и артисты. Внезапно исполнители встают и сбиваются в толпу в центре этого замкнутого пространства. Людям тесно в толпе, они задыхаются, толкают друг друга, что-то выкрикивают, хотят вырваться, но толпа притягивает их к себе и поглощает их. Безликая масса движется по кругу, вбирая в себя упавших, и под ее давлением люди сливаются, как капли ртути. Одиночество в толпе перерастает в одиночество вдвоем, как результат отчуждения людей в современном мире. Так общество, созданное человеком, теперь само распоряжается его судьбой. Но глубоко в подсознании живет стремление к свободе. ... Все мечутся по кругу и садятся на свои места — сопротивление бесполезно. Все, кроме одной. Той, которая не сдастся. В своем мятежном порыве она несется все быстрее и быстрее и, наконец, прорывается через замкнутый круг кресел. Свое «Беловодье» (обретение свободы и гармонии) Елена Фокина решает средствами танца, пластики и музыки. Здесь нет случайного набора движений, здесь все подчинено режиссерской идее (Балет. 2011. Янв.–февр., № 1).

Балетный критик журнала «Итоги» практически не пытается понять и объяснить читателю, что хотел сказать этим буйством насекомых и цветов автор. Она просто описывает, что происходит на сцене, при этом неясно: то ли это образы, придуманные балетмейстером, то ли это образы критика. Создается впечатление, что задача рецензента — написать что-то очень красивое и сложное, выдать личное произведение искусства, но то искусство, о котором он пишет, его мало заботит. Критик журнала «Балет», наоборот, ставит во главу угла первичный текст, хотя вторичный не менее выразителен. Но в данном случае мы можем говорить об умеренной, сдержанной экспрессивности. В критических публикациях журнала «Итоги» перенасыщение экспрессивными средствами на всех уровнях приводит порой к неясному представлению первичного текста, а прямая авторская оценка спектакля подменяется всепоглощающей иронией, стебом [11, 266]. И это беда современных критиков: в поисках яркого, кричащего, даже гротескного выражения они теряют мысль, уходят от понимания смысла произведения, замысла автора.

Таким образом, качественная балетная критика, настоящая критика, даже в обычной рецензии выходит на новый уровень обобщения, на выявление закономерностей и, возможно, проблем текущего момента. И это роднит ее с наукой, с искусствоведением.

-
1. *Борев Ю. Б.* Эстетика. М., 2005. 829 с.
 2. *Ванслов В. В.* Некоторые актуальные проблемы искусствознания и художественной критики // Методологические проблемы художественной критики / отв. ред. А. Я. Зись. М., 1987. С. 268–295.
 3. *Вартанов Ан.* Критика и средства массовой коммуникации // Там же. С. 295–317.
 4. *Зись А. Я.* Художественная критика и искусствознание // Там же. С. 3–40.
 5. *Ивин А. А.* Основы теории аргументации. М., 1997. 352 с.
 6. *Ильина О. В., Каблуков Е. В., Автохутдинова О. Ф.* Риторика: краткий курс для журналистов. Екатеринбург, 2012. 68 с.
 7. *Каблуков Е. В.* Рассмотрение законопроекта как вторичный текст // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2006. № 45. С. 74–84.
 8. *Майданова Л. М.* Речевая интенция и типология вторичных текстов // Человек-текст-культура : колл. моногр. / под ред. Н. А. Купиной, Т. В. Матвеевой. Екатеринбург, 1994. С. 81–104.
 9. *Майданова Л. М., Калганова С. О.* Практическая стилистика жанров СМИ. Екатеринбург, 2006. 336 с.
 10. *Петров О. А.* Русская балетная критика второй половины XIX века. Петербург ; Екатеринбург, 1995. 416 с.
 11. *Солганик Г. Я.* О языке и стиле газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003. С. 261–268.
 12. *Тертычный А. А., Тюлькина Л. В.* Аргументация в рецензии // Аргументация в публицистическом тексте: (жанрово-стилистический аспект). Свердловск, 1992. С. 122–145.
 13. *Щедрин Н. (Салтыков М. Е.)* Полное собрание сочинений : в 12 т. Л., 1935. Т. 7. 510 с.

Статья поступила в редакцию 14.03.2013 г.

УДК 070.41(470.5):343.43 + 343.294 + 316.4.063.7

Р. Л. Исхаков

РЕПРЕССИРОВАННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА УРАЛА (по материалам архива УФСБ России по Свердловской области)

В статье впервые вводятся в научный оборот материалы рассекреченных архивно-следственных дел УФСБ России по Свердловской области, содержащие информацию о репрессиях в отношении журналистов Урала. Показаны судьбы журналистов в 1930-е гг., раскрыто участие СМИ в механизме репрессий.

Ключевые слова: политические репрессии, Большой террор, политическая реабилитация.

XX век принес нашей стране множество тяжелых испытаний и жестоких лишений. Политические репрессии, развязанные сталинским режимом в конце 1920-х гг. и продолжавшиеся до начала 1950-х, были одним из таких трагических эпизодов истории.

Сейчас настало время серьезно и вдумчиво изучить то, что было накоплено и сохранено сотрудниками архивного подразделения Комитета государственной безопасности. Начало планомерной работе по рассекречиванию архивных материалов положил Указ Президента Российской Федерации № 658 от 23.06.1992 г. «О снятии ограничительных грифов с законодательных и иных актов, служивших основанием для массовых репрессий и посягательств на права человека» [23].

Определенный интерес к теме политических репрессий журналистов Урала связан с тем, что в календарях 2012–2013 гг. содержатся исторически значимые даты: во-первых, 95 лет со дня появления на свет двух знаменитых декретов Советского правительства (27 октября (10 ноября) 1917 г. был принят декрет «О печати» [8, 24–24], 28 января (10 февраля) 1918 г. — декрет «О ревтрибунале печати» [Там же, 432–434]) и, во-вторых, 75 лет февральско-мартовскому (23 февраля — 3 марта) 1937 г. пленуму ЦК ВКП(б). На этом пленуме с докладом «О недостатках партийной работы и мерах ликвидации троцкистских и иных двурушников» выступил И. В. Сталин, повторивший свою доктрину об «обострении классовой борьбы по мере строительства социализма». Эта доктрина стала идеологической основой для Большой чистки 1937–1938 гг.

Псевдонаучный тезис генерального секретаря ЦК ВКП(б) привел к тому, что уже в августе 1937 г. началась кампания по организации самых жестоких и массовых убийств в отечественной истории — Большой террор¹. В 1937–1938 гг.

¹ Впервые термин «большой террор» был введен в научный оборот английским ученым Р. Конквестом в 1968 г. Существуют различные трактовки хронологических рамок Большого террора, как правило, охватывающие 1930-е гг. В данной статье речь идет о событиях 1937–1938 гг., когда в стране осуществлялся приказ наркома внутренних дел СССР № 00447 от 30.07.1937 г. об операции по репрессированию бывших кулаков, уголовников и других антисоветских элементов.

ИСХАКОВ Рафаиль Лутфуллович — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: rafa-iskhakov@yandex.ru).

в СССР было произведено 3 141 444 ареста, из них по уголовным обвинениям — 1 566 185, по политическим — 1 575 259 [ЦА ФСБ. Ф. 80с. Оп. 1. Д. 80]. В эти годы по политическим мотивам было осуждено 1 344 923 человека, из них 681 692, или 50,7 %, приговорено к расстрелу [22, 318].

В течение двух лет (1937–1938) Управлением НКВД по Свердловской области было возбуждено 14 885 дел на 45 823 человека, из которых 19 410 человек были расстреляны. Имена многих из них занесены в Книгу памяти жертв политических репрессий» [20]. А всего с 1918 по 1953 г. в Свердловской области были возбуждены 46 844 уголовных дела по ст. 58 УК РСФСР (так называемая «политическая»), по которым к уголовной ответственности были привлечены 64 104 человека [Там же, 3: 6]. В многотысячном мартирологе значатся имена уральских журналистов.

На Среднем Урале документы органов государственной безопасности хранятся в трех областных государственных архивах. Это — Государственный архив Свердловской области (ГАСО), Центр документации общественных организаций Свердловской области (ЦДООСО) и Государственный архив административных органов Свердловской области (ГААОСО). 24 августа 1991 г. был подписан Указ Президента Российской Федерации № 82 «Об архивах Комитета государственной безопасности СССР» [24, 4], определяющий необходимость передачи документов КГБ СССР в ведение архивных органов в целях предотвращения их незаконного уничтожения и создания условий их использования для нужд науки и культуры.

Впервые документы фонда ФСБ РФ поступили на государственное хранение в декабре 1992 г. Были переданы документы бывшего управления КГБ Свердловской области, отражающие репрессивную политику государства по отношению к своим гражданам. Это архивно-следственные дела на осужденных в 1926 г. по ст. 58 УК РСФСР, большую часть которых составляют дела на необоснованно репрессированных в 1920–1980-е гг. по политическим мотивам граждан, впоследствии реабилитированных.

На 1 июня 2011 г. в Государственном архиве административных органов Свердловской области хранилось 187 фондов, 125 572 единицы хранения, в том числе: управленческой документации — 121 396 единиц хранения, личного происхождения — 451 единица хранения, документов по личному составу — 3 725 единиц хранения (см.: <http://do.gendocs.ru/docs/index-288701.html>). Основной массив хранящихся в фонде материалов образовался в период деятельности территориальных органов госбезопасности Среднего Урала с конца 1919 г. по начало 1980-х гг. В архивно-следственных делах встречаются процессуальные документы также за конец 1980-х и за 1990-е гг. В них содержатся данные о реабилитации осужденных.

За последние годы исследователи существенно продвинулись в изучении видов репрессий и категорий репрессированных [10, 13, 26, 32], механизмов массовых политических акций [6, 21, 37], динамики численности заключенных в местах лишения свободы и их качественного состава [10, 15, 22], национальных операций НКВД [5, 11], депортаций [2, 4] и истории спецпоселенцев [1, 14, 29]. Публикациями 2000–2001 гг. была поставлена точка в многолетней дискуссии

о количестве репрессированных, осужденных и расстрелянных по политическим мотивам, заключенных в исправительно-трудовых лагерях (ИТЛ), исправительно-трудовых колониях (ИТК) и тюрьмах в годы Большого террора.

В начале 2000-х гг. вышло несколько серьезных трудов по демографической истории России первой половины XX в.: 1-й том коллективной работы «Население России в XX веке» [24], монографии В. Б. Жиромской [12] и В. А. Исупова [17]. Впервые в отечественной историографии были названы истинные масштабы массовых политических репрессий середины 1930-х гг.

Основной комплекс, в состав которого входят документы за 1919–1995 гг., составляет фонд Управления Федеральной службы безопасности (УФСБ) Российской Федерации по Свердловской области. К сожалению, эта информация, несмотря на большую поисковую работу, зачастую неполна. Формирование Книги памяти шло по административному признаку, т. е. в ее состав включались сведения о репрессированных по политическим статьям лицах, проживавших на территории Свердловской области. Порой приходилось сверять некоторые сведения с документами из других архивов — ГАСО и ЦДООСО.

В фондах нами обнаружены архивно-следственные дела журналистов Ш. Г. Абайдуллина, Ш. Р. Абашева, М. Ф. Афандеева, Х. Г. Ижбулатова, А. А. Киекова, Г. Х. Курмаева, С. Х. Садыкова и С. Х. Хасанкаева, осужденных в рамках «Идель-Уральской организации».

Вспомним всех поименно...

Имя **Шахида Рахметовича Абашева** (1892–1938) открывает печальный список жертв репрессий на пилонах мемориала «Коммунары» в Екатеринбурге. Абашев работал журналистом, литературным сотрудником, заместителем ответственного редактора областной татарской газеты «Коммунист» («Сабан һәм чукеч»/«Социализм юлы», 1921–1930). Он родился в с. Карино Слободского уезда Вятской губернии.

Член ВКП(б) с февраля 1919 г. Работал учителем (1917–1919), служил в Рабоче-Крестьянской Красной армии на газетной работе (1919–1921). В ходе боев с колчаковскими войсками вместе с частями Красной армии в Вятку переезжает и орган Пермского мусульманского комиссариата газета «Кызыл Урал» («Красный Урал»). Здесь на ее базе татарская секция при отделе Наркомнаца Вятского губисполкома открывает газету «Коммунист», которая преобразуется в орган политотдела 3-й армии. По прибытии армии в Екатеринбург газета «Коммунист» становится газетой 1-й трудовой армии, а с 9 июля 1920 г. — органом Татаро-башкирского коммунистического бюро при Екатеринбургском губкоме РКП(б). В 1923 г. по решению Уралобкома ВКП(б) газета «Коммунист» передается в ведение издательства «Уралкнига», в 1925 г. она переименовывается в «Сабан һәм чукеч» («Серп и молот»). Тогда же газета «Сабан һәм чукеч» становится органом Уральского обкома ВКП(б) и Уральского облизполкома. В начале 1930-х гг. газета «Сабан һәм чукеч» получает новое имя — «Социализм юлы» («Путь социализма»).

В октябре 1927 г. в Уральской области возникло движение за новый латинизированный тюрко-татарский алфавит. Руководство работой осуществлялось областным организационным бюро общества «Яналиф», созданным по поста-

новлению Уралобкома ВКП(б) от 9.12.1927 г. Абашев был назначен ответственным секретарем областного комитета НТА (нового тюркского алфавита). Затем он работал редактором Уральского областного государственного издательства, был членом татарской редколлегии УралОГИЗ (1932–1935), ответственным работником Свердловского облисполкома (1935–1937).

Ш. Р. Абашев был незаконно репрессирован по ст. 58-6 УК РСФСР [20, 1: 13] и арестован 28 декабря 1937 г. «по подозрению в шпионской деятельности в пользу иностранного государства». Осужден Комиссией НКВД СССР и прокурором СССР 15 января 1938 г. Расстрелян 27 января 1938 г. Военная коллегия Верховного суда СССР 6 июля 1957 г. закрыла его дело за отсутствием состава преступления.

Заведующий сельскохозяйственным отделом редакции свердловской областной татарской газеты «Социализм юлы» **Мансур Фатыхович Афандеев** (1904–1943) родился в д. Самарово Богородской волости Красноуфимского уезда Пермской губернии. С 1924 г. вел комсомольскую работу в Кунгурском округе, Манчажском районе, Тюменском окружке ВЛКСМ. Агитпроп Уралобкома ВКП(б) направляет его на журналистскую работу — Мансур Афандеев становится профессиональным журналистом. С августа 1930 г. работает в редакции печатного органа Уралобкома ВКП(б) — областной татарской газете «Сабан һәм Чукеч». Писать для него было не ново, он был активным селькором этой газеты с 1924 г., работал и для Кунгурской окружной газеты «Очкын» («Искра»), и для центральной газеты «Игенчеләр» («Земледельцы»). Бойкого и талантливого литературного сотрудника уже 13 января 1931 г. назначают заведующим отделом редакции. В редакции он проработал до ноября 1933 г., когда его исключили из партии как «сына кулака».

После увольнения из газеты трудился инструктором издательства «Уральский рабочий», молотобойцем Верх-Исетского завода, одновременно учился на вечернем рабфаке. 6 февраля 1938 г. Афандеева арестовали [20, 1: 106]. Особое совещание при НКВД СССР 26 января 1940 г. постановило заключить его в исправительно-трудовой лагерь сроком на пять лет за участие в антисоветской националистической организации. Умер М. Ф. Афандеев в Магадане. По Указу Президиума Верховного Совета СССР от 16.05.1989 г. реабилитирован.

Заместитель редактора свердловской областной газеты «Социализм юлы» **Хуснулла Губайдуллович Ижбулатов** (1897–1938) широко известен как государственный и партийный деятель. Он также был организатором татарского газетного и издательского дела на Среднем Урале.

Родился в д. Удрякбаш Сафаровской волости Уфимской губернии, в семье крестьянина-середняка, муэдзина деревенской мечети.

После освобождения Уфы от колчаковских войск летом 1919 г. Ижбулатов начал работать в редакции газеты «Яңа юл» («Новый путь»). Вскоре Ижбулатов вступил в ряды РКП(б) и стал работать редактором газеты «РОСТА» на татарском языке — органа Уфимского губкома РКП(б) и губревкома.

В 1921 г. в порядке партийной мобилизации для укрепления работы в провинции Х. Ижбулатов был откомандирован в распоряжение Уралбюро ЦК ВКП(б). В Екатеринбурге ему как инструктору татаро-башкирской секции

приходилось очень часто общаться с татарскими коммунистами. Его назначают заместителем редактора, а потом и ответственным редактором газеты «Коммунист». Он является членом татарской редколлегии Уральского областного книжного издательства (УралОГИЗ). В 1926–1929 гг. работает в Москве ответственным редактором центральной татарской газеты «Эшче» («Рабочий»). Из Москвы Ижбулатов возвращается в Свердловск, где его назначают заместителем редактора газеты «Сабан һәм чукеч».

В обстановке начавшихся репрессий он переходит на хозяйственную работу в экспериментальный Институт сооружений (1931–1937). Ижбулатов был арестован 27 декабря 1937 г. по так называемому делу «харбинцев» [20, 3: 210], а уже 15 января 1938 г. приговорен к высшей мере наказания. Расстрелян 27 января 1938 г. Военный трибунал Уральского военного округа 17 августа 1964 г. отменил решение Комиссии НКВД СССР и прекратил дело за отсутствием события преступления. Х. Г. Ижбулатов полностью реабилитирован Указом Президиума Верховного Совета СССР от 16.05.1989 г.

Ахмет Аллаярович Киеков (1905–1938) работал редактором национального радиовещания Свердловского областного радиокомитета.

Родился в д. Старое Чукурово Бирского уезда Уфимской губернии. Член ВКП(б) с 1927 г. Избирался депутатом Свердловского городского совета.

Незаконно репрессирован [Там же]. Арестован 28 декабря 1937 г. по обвинению «в причастности к разведывательным органам иностранного государства». Постановлением Комиссии НКВД СССР и прокурора СССР осужден 15 января 1938 г. Расстрелян 27 января 1938 г. Военный трибунал Воронежского военного округа 11 октября 1957 г. прекратил дело А. А. Киекова «за отсутствием состава преступления».

Сабиржан Хайруллович Садыков (1902–1938) – ответственный редактор Свердловской областной татарской газеты «Социализм юлы».

Родился в д. Адельшино Чистопольского уезда Казанской губернии в бедной крестьянской семье.

С 1920 г. Садыков находился на комсомольской работе (Пермский губком ВЛКСМ, 1921–1924; Татарский обком ВЛКСМ, 1924–1925). Из Казани переезжает в столицу страны, где работает в татаро-башкирском бюро ЦК ВЛКСМ (1925–1928).

Член ВКП(б) с 1923 г. В сентябре 1928 г. поступает на курсы уездных партработников при ЦК ВКП(б). По окончании курсов в мае 1929 г. направлен в Пермский окружной комитет ВКП(б). В это время ЦК ВЛКСМ и Уральский обком призывают молодежь на строительство Уральского машиностроительного завода. В том же году Садыков перебирается в Свердловск, где его назначают редактором уральской областной газеты на татарском языке «Социализм юлы».

Газета широко показывает опыт работы ударников социалистического строительства, участвуя в хозяйственно-политических кампаниях (посылала на места выездные бригады; провела 6 конференций и 52 слета рабселькоров, 52 рейда по различным вопросам, в которых участвовало 1077 человек). По инициативе газеты «Социализм юлы» был организован выезд в национальные колхозы.

Сотрудники газеты помогали рабселькорам создавать низовую печать («Большевиклар сүзе» — «Большевистское слово», Златоуст; «Кзыл химик» — «Красный химик», Березники; «Очкын» — «Искра», Лысьва; «Эшче» — «Рабочий», Надеждинск; «Кумэк хужалык» — «Коллективное хозяйство», Ялуторовск) [36]. Как признание вклада газеты в массово-политическую работу стало назначение Садыкова членом редколлегии профессионального журнала «Большевистская печать» (Свердловск, 1931–1937).

Газета «Социализм юлы» работала в тесном контакте с татаро-башкирской секцией Уральской ассоциации пролетарских писателей (УралАПП), выступала как издатель книг. Издавала в качестве приложения сатирический журнал «Шапи агай» («Дядюшка Шапи», с 1924 г.). Садыков организовал встречу сотрудников редакции с поэтом Мусой Джалилем (сентябрь 1932 г.).

Из партии Садыкова исключили за «связь с врагами народа, как пособника врагов народа». В вину ему ставилось то, что в честь 30-летия литературной деятельности башкирскому писателю и председателю Башкирского ЦИК Афзалу Тагирову, объявленному «врагом народа», от имени редакции газеты «Социализм юлы» была послана приветственная телеграмма.

Садыков был арестован 27 декабря 1937 г. по подозрению в шпионской деятельности в пользу иностранного государства [20, 7: 153]. Его арест был звеном одного большого «дела». В представлении следователей УНКВД по Свердловской области «шпионско-диверсионная, контрреволюционная националистическая организация» на Урале была вертикально интегрированной, пирамидообразной. В ней насчитывалось до 300 человек, все они были разделены на «группы», и четвертой «резидентурой» в Свердловске «руководил» Сабир Садыков.

Решением Комиссии НКВД СССР и прокурора СССР С. Х. Садыков осужден 15 января 1938 г. Расстрелян 27 января 1938 г. Реабилитирован посмертно 13 сентября 1957 г.

Партийный, государственный и хозяйственный деятель **Сахуб-Гарей Саидгалиевич Саидгалиев** известен как организатор издания татарских газет в Екатеринбурге [18, 244]. В молодости служил в Екатеринбургском военном гарнизоне (1915–1917). После Февральской революции — член полкового комитета и Екатеринбургского Совета рабочих и солдатских депутатов. Член РСДРП(б) с марта 1917 г. С апреля 1917 г. стал председателем гарнизонного мусульманского комитета, члены которого на родном языке вели пропаганду среди солдат-мусульман, а в августе 1917 г. возглавил Уральский мусульманский военный совет [3, 383–392]. Тогда же, в 1917 г., привез в Екатеринбург шапирограф, на котором стал издавать газету на татарском языке «Урал тавышы» («Голос Урала») — орган Уральского мусульманского военного совета.

С. Саидгалиев — председатель гарнизонного комитета и Уральского областного совета воинов-мусульман в Екатеринбурге и Челябинске (с апреля 1917 г.), комиссар по делам мусульман Казанской губернии (1917–1918); член татаро-башкирского бюро Уфимского губкома ВКП(б); председатель Центрального бюро коммунистических организаций народов Востока при ЦК ВКП(б) (1919–1920); председатель Совета народных комиссаров Татарской АССР (1920–1921) [34]; председатель Совнаркома Крымской АССР (1921–1924). Реабилитирован в 1955 г.

Салих Хаялетдинович Хасанкаев (1893–1940) — журналист, заместитель ответственного редактора свердловской областной татарской газеты «Социализм юлы». Родился в семье пермского ахуна. По окончании медресе «Галия» (Уфа) работал учителем в Пермской мусульманской восьмилетней школе [16, 385]. До апреля 1918 г. заведовал культпросветотделом в Уфимском мусульманском военном совете и был членом редколлегии газеты «Безнең юл» («Наш путь»).

С 1 апреля 1924 г. вел политико-просветительскую работу в Свердловском татаро-башкирском педагогическом техникуме, затем был заместителем ответственного редактора газеты «Социализм юлы» (1932–1934).

Незаконно репрессирован [35]. Арестован 3 марта 1938 г. Особым совещанием НКВД СССР и прокурора СССР 14 мая 1940 г. обвинен по ст. 58, приговорен к 8 годам исправительно-трудовых лагерей. Умер в Севвостлаге (Хабаровский край, бухта Нагаево). Реабилитирован 27 апреля 1956 г.

Кроме уральцев, среди репрессированных журналистов были несколько работников редакций русскоязычных газет из Манчжурии. Эшелон с арестованными «харбинцами» дальше Свердловска не пошел: всех высадили из поезда и направили в фильтрационный пункт в Верхотурье, где приговорили к многолетнему заключению в ИТЛ.

Ждут своего исследователя архивно-следственные дела и других известных на Урале организаторов медийного дела, журналистов и сотрудников редакций газет, журналов и радио.

* * *

Смерть Сталина в марте 1953 г. положила конец политическим репрессиям. Президиум Верховного Совета СССР 27 марта 1953 г. утвердил Указ «Об амнистии» [7]. С 1954 г. началась работа по реабилитации необоснованно осужденных. Пересмотр архивных уголовных дел стал на несколько лет одним из главных направлений деятельности органов КГБ.

До 1958 г. включительно, как сообщает Свердловская областная комиссия по восстановлению прав реабилитированных жертв политических репрессий, количество пересматриваемых дел увеличивалось на 30–50 % ежегодно. Затем до 1988 г. проверка архивных уголовных дел, по существу, была приостановлена. Если в 1958 г. были рассмотрены 1243 дела в отношении 2220 человек, то в 1987 г. — 3 дела в отношении трех человек. Лишь после издания Указа Президиума Верховного Совета СССР от 16.01.1989 г. этой работе был возвращен особый, политический статус. За 10 лет прокуратурой совместно с органами безопасности пересмотрено 13 015 дел в отношении 23 953 человек. Реабилитированы и признаны пострадавшими от политических репрессий 33 635 необоснованно репрессированных и их родственников. Всего же за полувековой период реабилитировано 59 308 жертв политических репрессий. Планировалось закончить эту работу к 2000 г. Только в 2012 г. издан последний, 9-й, том Книги жертв политических репрессий Свердловской области.

На обложках архивных уголовных дел стоит гриф «Хранить вечно». Вернуть жертвам политических репрессий их доброе имя, воздать должное им и их

невинно пострадавшим семьям — святой долг честных и непредвзятых исследователей, всего журналистского сообщества.

1. *Белковец Л. П.* Административно-правовое положение российских немцев на спецпоселении 1941–1955 гг.: историко-правовое исследование. М., 2008.
2. *Бердинских В. А.* Спецпоселенцы: Политическая ссылка народов Советской России. М., 2005.
3. Борцы за счастье народное. Казань, 1967. С. 383–392.
4. *Бугай Н. Ф.* Реабилитация репрессированных граждан России (XX — начало XXI века). М., 2006.
5. *Бугай Н. Ф.* Российские корейцы и политика «солнечного тепла». М., 2002.
6. *Ватлин А. Ю.* Террор районного масштаба: «Массовые операции» НКВД в Кунцевском районе Московской области. 1937–1938. М., 2004.
7. Ведомости Верховного Совета СССР. 1953. № 4.
8. Декреты Советской власти. М., 1957. Т. 1. С. 24–25.
9. *Дель О., Мусиенко Н.* Между Гитлером и Сталиным // Бутовский полигон. 1937–1938 гг.: Книга памяти жертв политических репрессий. М., 2004. Вып. 8. С. 291–314.
10. Демографическая модернизация России, 1900–2000. М., 2006.
11. *Джуха И. Г.* Греческая операция: История репрессий против греков в СССР. СПб., 2006.
12. *Жиромская В. Б.* Демографическая история России в 1930-е гг.: взгляд в неизвестное. М., 2001.
13. За «железным занавесом»: мифы и реалии советской науки. СПб., 2002.
14. *Земсков В. Н.* Спецпоселенцы в СССР, 1930–1960. М., 2005.
15. *Иванова Г. М.* История ГУЛАГа, 1918–1958: социально-экономический и политико-правовой аспекты. М., 2006.
16. Ислам на Урале : энцикл. справочник. М., 2009.
17. *Исупов В. А.* Демографические катастрофы и кризисы в России в первой половине XX века : ист.-демогр. очерки. Новосибирск, 2000.
18. *Каримуллин А. Г.* Татарское государственное издательство и татарская книга России (1917–1932). Казань, 1999.
19. *Касимов С., Мухарьямов М., Сайдашева М.* Сахиб-Гарей Саидгалиев. Казань, 1964.
20. Книга памяти жертв политических репрессий: Свердловская область : в 9 т. Екатеринбург, 2001–2012.
21. *Кропачев С. А.* Десять лет, изменившие страну: Проблемы отечественной истории и историографии середины 1930–1940-х годов. Краснодар, 2006.
22. Население России в XX веке : в 3 т. М., 2000. Т. 1.
23. О снятии ограничительных грифов с законодательных и иных актов, служивших основанием для массовых репрессий и посягательств на права человека : Указ Президента РФ № 658 от 23.06.1992 г. [Электронный ресурс]. URL <http://iv.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm> (дата обращения: 23.02.2013).
24. Об архивах Комитета государственной безопасности СССР : Указ Президента РСФСР от 24.08.1991. № 84 // Отеч. архивы. 1992. № 1. С. 4.
25. Пермские поляки. Пермь, 2001.
26. *Печенкин А. А.* Военная элита СССР в 1935–1939 гг.: репрессии и обновление. М., 2003.
27. *Плохотнюк Т. Н.* Российские немцы на Северном Кавказе. М., 2001.
28. Поборник дружбы народов. Казань, 1983.
29. *Полян П. М.* Не по своей воле... История и география принудительных миграций в СССР. М., 2001.
30. Репрессии против поляков и польских граждан. М., 1997.
31. Репрессии против советских немцев. Наказанный народ. М., 1999.

32. *Рогинский А., Даниэль А.* «Аресту подлежат жены» // Узницы «Алжира»: Список женщин-заключенных Акмолинского и других отделений Карлага. М., 2003.
33. Российская история. 2009. № 1. С. 212.
34. *Сайдашева М.* Первый председатель Совнаркома // Сов. Татария. 1960. 24 июня.
35. *Султанбеков Б.* Татарстан в расстрельных списках Сталина // Гасырлар авазы (Эхо веков). 2003. № 1/2.
36. Успехи проведения национальной политики на Урале. Свердловск, 1932. 112 с.
37. *Хаустов В., Самуэльсон Л.* Сталин, НКВД и репрессии 1936–1938 гг. М., 2009.
38. *Ченцов В. В.* Трагические судьбы: политические репрессии против немецкого населения Украины в 1920–1930-е годы. М., 1998;
39. *Штраус В.* Латышский дневник // Бутовский полигон. 1937–1938 гг.: Книга памяти жертв политических репрессий. С. 261–290.

Статья поступила в редакцию 18.03.2013 г.

УДК 316.77 + 659:81'27

**С. Л. Кушнерук
А. П. Чудинов**

ПРАГМАТИКА МИРОМОДЕЛИРОВАНИЯ: ЧТО СТОИТ ЗА РЕКЛАМНЫМ СЛОГАНOM?*

Статья посвящена проблеме миромоделирования в контексте прагматических задач, стоящих перед рекламистами. Текстовые миры являются моделями дискурсного понимания, адекватными для описания динамических способов переработки рекламного дискурса.

Ключевые слова: миромоделирование, текстовый мир, прагматика, русскоязычная реклама, англоязычная реклама, слоган, имидж торговой марки.

Прагматический подход к анализу дискурса как социально определенного типа речевого поведения основан на изучении языка «в живом функционировании» [3, 29]. Дискурс в таком случае понимается как сплав языковой формы, знаний и коммуникативно-прагматической ситуации. Ведущая роль в нем принадлежит когнитивным пространствам общающихся, где сфокусированы различные особенности их внутренних миров, находящие отображение в этой деятельности [1, 101–102]. При такой трактовке непротиворечиво выглядят идеи

* Статья подготовлена в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (проект 6.2985.2011 «Политическая метафорология»).

КУШНЕРУК Светлана Леонидовна — кандидат филологических наук, доцент факультета иностранных языков Челябинского государственного педагогического университета (e-mail: Svetlana_kush@mail.ru).

ЧУДИНОВ Анатолий Прокопьевич — доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и межкультурной коммуникации, проректор по научной и инновационной деятельности Уральского государственного педагогического университета, г. Екатеринбург (e-mail: ap_chudinov@mail.ru).

© Кушнерук С. Л., Чудинов А. П., 2013

философии диалогизма, традиционно ассоциируемые с именем М. М. Бахтина. Речь идет о двух признаках, существенных для понимания процессов рекламной коммуникации, — адресованности и контекстуальной обусловленности. Первый предполагает, что без слушающего нет говорящего, без адресата нет адресанта; второй связывается с тем, что высказывание имеет смысл только в контексте. «Совместное творение смыслов» приобретает особую значимость на фоне жизненного опыта, знаний, ценностей, мировоззренческих установок, а также интенций коммуникантов, вступающих во взаимодействие в данной сфере общественной практики.

Исходным допущением моделирования текстовых миров является представление о том, что рекламный дискурс в целом функционирует в социально-экономической сфере, обслуживающей интересы общества массового потребления¹. Текстовый мир — это «контекст, сценарий или тип реальности, возникающий в нашем сознании при чтении текста» [9, 1]. Текстовые миры русскоязычной и англоязычной рекламы представляют собой ментальные конструкторы, объективируемые в ходе развития дискурса.

Идеи коммерциализации определяют конкретные прагматические задачи, в соответствии с которыми осуществляется выбор композиционных структур и языковых средств. При разработке рекламной кампании рекламист выполняет целый ряд действий по формулировке задач, определению целевой аудитории, конкурентных преимуществ товара, позиции товара, его индивидуальных отличий и др. Особая работа ведется для того, чтобы сформировать имидж торговой марки. Принято считать, что имидж торговой марки и имидж товара взаимозависимы, так как взаимосвязаны факторы, их образующие: качество продукта, его соответствие декларируемым функциям, критерии предпочтения потребителей и др. Торговая марка особенно важна для однородных товаров, между которыми существует очень мало различий или они отсутствуют вообще. Однородными признаются товары, которые, не являясь идентичными, имеют подобные характеристики и состоят из схожих компонентов, что позволяет им выполнять одни и те же функции и быть коммерчески взаимозаменяемыми. Например, согласно МКТУ (Международная классификация товаров и услуг, редакция 10), однородными признаются товары 32-го класса (пиво) и 33-го класса (алкогольные напитки) (см.: <http://www.mktu.info/goods/33/> (дата обращения: 12.09.12)).

Такие товары дифференцируются в сознании потребителей при помощи имиджа торговой марки. Торговая марка определяет и представляет конкретный продукт, но это больше, чем просто название. Это «мысленный образ в сознании потребителей, который отражает то, как марка воспринимается» [6, 249].

¹ В связи с тем, что теория текстовых миров недостаточно широко известна в России, считаем возможным сделать ссылки на наши предыдущие работы, в которых обсуждались ее основные методологические положения: Кушнерук С. Л. Теория текстовых миров как исследовательская программа в рамках когнитивной лингвистики // *Вопр. когнитивной лингвистики*. 2011. № 1. С. 45–51; *Ее же*. Дискурсивный и текстовый миры: возможности уровневой стратификации дискурса // *Политическая лингвистика*. Вып. 2 (40). Екатеринбург, 2012. С. 93–101; *Ее же*. Концепция Роберта де Богранда и теория текстовых миров: методологические корреляции // *Вестн. Пятигорск. гос. лингв. ун-та*. 2012. № 2. С. 133–138.

По словам Г. Г. Почепцова, «правильно подобранный имидж представляет собой наиболее эффективный способ работы с массовым сознанием. Имидж отражает те ключевые позиции, на которые безошибочно реагирует массовое сознание. Это попытка перевода массового сознания на автоматические реакции» [5, 47].

Стратегическое решение рекламиста предполагает ряд действий, направленных на то, чтобы сформировать в сознании целевой аудитории обособленное благоприятное впечатление о свойствах и характеристиках торговой марки. Важную роль в создании имиджа играют слоганы. Ряд зарубежных специалистов считают, что эффективность рекламы на 75 % зависит от удачного рекламного слогана. Такое мнение основывается на том, что если слоган не привлекает, то остальной текст не будет прочитан, независимо от его содержательных достоинств. Слоган является афористичным компонентом смысловой структуры рекламного текста: «...в нем, как в капле воды, отражается рекламная идея, все содержание рекламной кампании — как фактическое, так и эмоциональное» [4, 4].

Слоган — это сжатый, емкий, легко воспринимаемый девиз. Он несет информацию с максимальными отличительными признаками в минимальном количестве слов, что обусловлено требованиями краткости и выразительности, предъявляемыми к данному типу рекламного сообщения. Обычно различают три вида слоганов: 1. Слоган фирмы. 2. Слоган рекламной кампании. 3. Слоган, связанный с предложением определенного товара или услуги [7]. Основная задача слогана — сформировать узнаваемость бренда. Слоган не привязан к определенному тексту. Он является связующим звеном между многими отдельными сообщениями, входящими в рекламную кампанию и имеющими разные форматы. Мы анализировали товарные и фирменные слоганы. Разница между ними усматривается в том, что первые обслуживают отдельно взятые товары или услуги и перестают употребляться, когда заканчивается рекламная кампания. Вторые отражают сущность, философию фирмы, ее систему ценностей.

Благодаря слогану продукт той или иной торговой марки должен занять более приоритетное место в сознании потребителей по сравнению с аналогичными конкурирующими товарами. Представляется, что в основе данного процесса лежит механизм профилирования. Он заключается в акцентировании, высвечивании тех граней, которые должны представить товар в наиболее благоприятном свете. Рекламист осуществляет сознательный выбор лингвосомиотических знаков, которые выстраивают миры отправителя, продукта и адресата в родовом пространстве текстового мира. Текстовый мир воспринимается как область, вмещающая некоторые объекты и структуры, находящиеся друг с другом в определенных отношениях. В геометрических терминах текстовый мир является универсальным множеством, которое содержит подмножества, объективируемые лингвистическими средствами. Представим текстовый мир рекламы (ТМ) в виде универсального множества, внутри которого различимы подмножества — мир отправителя (МО), мир продукта (МП) и мир адресата (МА). Будем использовать данную геометрическую схему как метод визуализации и способ графической иллюстрации отношений между отправителем, продуктом и целевой аудиторией — тремя базовыми составляющими формирования имиджа торговой марки (рис. 1).

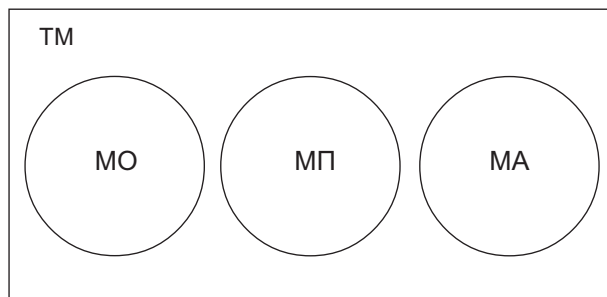


Рис. 1

Цель настоящей статьи — выявить модели текстовых миров, выстраиваемые рекламистами для создания благоприятного имиджа торговой марки. Для этого из общей выборки были извлечены 1053 слогана (588 русскоязычных и 465 англоязычных), используемые в рекламе торговых марок различных напитков (вода, кофе, чай, крепкие спиртные напитки, энергетические напитки, пиво, вино и др.). Мы приводим примеры из рекламы напитков, потому что именно в этом секторе рынка ощутима серьезная конкуренция, которая требует особой профессиональной изощренности специалистов. Выявленные модели рекламных слоганов представлены в таблице.

Модели рекламных слоганов, %

Модель	Русскоязычные слоганы	Англоязычные слоганы
МИР ОТПРАВИТЕЛЯ – МИР ПРОДУКТА	50	52
МИР ОТПРАВИТЕЛЯ	24	11
МИР ОТПРАВИТЕЛЯ – МИР ПРОДУКТА – МИР АДРЕСАТА	16	29
МИР ОТПРАВИТЕЛЯ – МИР АДРЕСАТА	10	8
Всего	100	100

Согласно приведенной таблице, имидж торговой марки может складываться посредством экспликации связей между отправителем, продуктом и адресатом в рамках четырех моделей, наиболее востребованной из которых является вариант МИР ОТПРАВИТЕЛЯ – МИР ПРОДУКТА (50 % — русскоязычные слоганы, 52 % — англоязычные слоганы).

I. МО. В слогане объективируется только мир отправителя (рис. 2). Такая модель оказывается востребованной в 24 % русскоязычных слоганов. Торговая марка, рекламируемый продукт и адресат не фигурируют, отсутствуют и их характеристики. Интенциональность рекламной коммуникации прогнозирует обязательность мира отправителя в концептуальной структуре текстового мира. Однако апелляция к нему часто носит дисперсивный характер, т. е.

в сознании адресата он формируется как результат интерпретации 1) значений языковых единиц, которые не являются средствами его прямой номинации; 2) дискурсивных условий коммуникации, определяемых внешним контекстом.

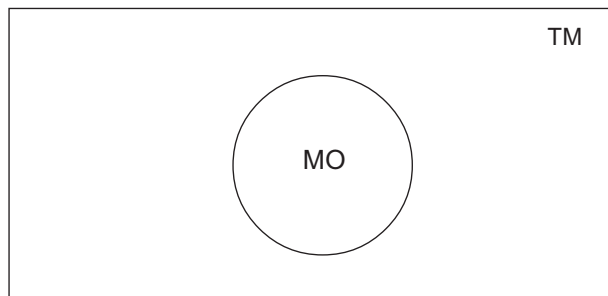


Рис. 2

Мир отправителя актуализирует некий голос, который может принадлежать вымышленному персонажу, реальному человеку, группе людей, всему обществу, продукту для выражения рекламной концепции. Если в рамках основного рекламного текста проблем с идентификацией не возникает, то в слоганах часто бывает сложно установить, от кого выступает отправитель. Его голос может сливаться с голосом одного персонажа или нескольких лиц, передающих рекламную идею, что создает имитационную полифонию, или многоголосие. Ср.: *Это стоит отметить!* (шампанское «Золотая коллекция»); *Хорошо сидим* (бренд «Степан Разин»); *Прошу любить и жаловать* (пиво «Сибирская корона»); ... *пора освежиться...* (пиво «Клинское»); *Кто не знает, тот отдыхает!* (газированный напиток «Арси-Кола»); *За качество отвечаю!* (пиво «Солодов»); *С ним не уснешь!* (энергетический напиток «Адреналин раш»). Голосом отправителя может стать сам рекламируемый продукт. Ср.: *Возьми меня!* (водка «Гжелка»); *Где наслаждение — там «Я»* (сок «Я»). Иногда отправитель заимствует голос фирмы-производителя. Ср.: *Мы не предлагаем вино, которое не пьем сами!* (молдавские вина); *Мы сохранили для вас вкус пива* (бренд «Степан Разин»); *Создана природой — доставлена нами!* (питьевая вода).

Приходится признать, что лишь в 11 % слоганов данная модель актуализируется в англоязычной рекламе. Ср.: *The Genuine article* (пиво «Budweiser»); *I am Canadian* (пиво «Molson Canadian»); *So pure, we promise nothing* (питьевая вода «Aquafina»); *There's definitely something in it* (сок «Ocean Spray»); *One thing leads to another* (кофе «Nescafe»); *It's uncanny* (кофе «Folgers»); *Quality time... because every day is a celebration* (вино). Возможно, в условиях расхождения внешних контекстов — социальных обстоятельств рекламной деятельности — эффективность модели оценивается зарубежными специалистами ниже по сравнению с теми слоганами, где информация эксплицитно закодирована и более конкретна в плане интерпретации. Ведь в большинстве случаев голос отправителя невозможно отождествить с кем-либо или чем-либо конкретным. Непонятно его происхождение. Как отмечает Г. Кук, это своеобразный эллипсис, т. е.

пропуск, но не слов или предложений, а отправителя и адресата сообщения [8, 181]. Такое опущение проходит незамеченным, если получателя удастся отвлечь информацией, содержащейся в основной части рекламного произведения. Однако внимание читателя, как правило, не сфокусировано на рекламных текстах. Чтобы установить контакт, рекламисту нужно «достучаться» до сознания покупателей, чем бы оно ни было занято. Поэтому символический мир отправителя строится в поле иррационального, не связанного с фактическими характеристиками продуктов. Думается, что такая стратегия вполне оправдана в условиях недифференцированных товаров. Адресат должен принять решение в пользу конкретного продукта. Поэтому различия искусственно создаются в плоскости смысловой неопределенности, эмоций и чувств. Чувства «близоруки» и не подвергаются критическому осмыслению, но способны ввести адресата в «покупательный транс», наводя на философские размышления. Ср.: *Есть вещи, которые стоят того, чтобы жить* (пиво «Золотая бочка»); *Оригинал всегда один* (минеральная вода «Ессентуки»).

II. МО — МП. В слогане объективируются мир отправителя и мир рекламируемого продукта (рис. 3). Апелляция к миру продукта выражается концентрированно, т. е. при помощи конкретных лексических средств, называющих предмет рекламы. Во многих случаях название торговой марки не вербализуется. Ср.: *Натуральная вода из заповедных мест* (минеральная вода «Заповедник»); *Вода чистой воды* (питьевая вода «Черноголовская»); *Все начинается с кофе* («Нескафе»); *Настоящая жизнь. Настоящий кофе* («Ruscafe»); *Сок, созданный добротой* (сок «Добрый»); *Чай, которым гордится Цейлон* (чай «Дилма»); *Только пиво — ничего лишнего* (торговая марка «Чешский стандарт»). Проведем параллель с англоязычной рекламой. Ср.: *Water never tasted so good* (минеральная вода «Volvic»); *The real coffee experts* (кофе «Kenco»); *Orange juice direct from oranges, not from concentrate* (сок «Tropicana»); *Tea can do that* (чай «Lipton»).

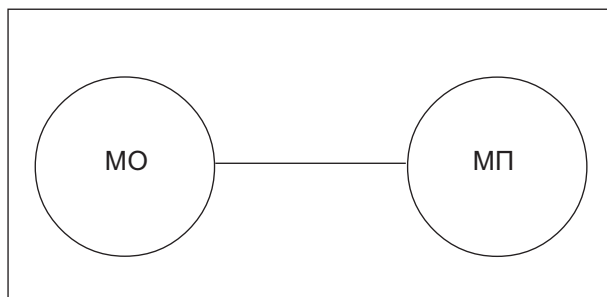


Рис. 3

В англоязычной рекламе регулярный характер носит объективация мира продукта через название торговой марки. С точки зрения синтаксиса такие слоганы имеют вид сегментированных конструкций, в первой части которых называется рекламируемый продукт, во второй — дается его характеристика. Ср.: *Thibo. Awaken the senses* (кофе); *Vittoria. Where our expertise is still a family*

tradition (кофе); **Typhoo Tea**. *Two-thumbs fresh* (чай); **Granini**. *The fascination of fruit* (сок); **Burn**. *Fire to drink* (энергетический напиток); **7 Up**. *Now 100 % Natural* (газированная вода); **Black Tower**. *Easy drinking, anytime* (вино); **California**. *The new art of wine* (вино); **The Glenlivet**. *One place. One whisky* (виски); **Artic**. *40° from pure wheat* (водка); **Tequila Corazon**. *The good stuff* (текила); **Malibu**. *Seriously easy going* (ром); **Kahlua**. *Awaken the spirit* (кофейный ликер).

Подобных «формульных» слоганов в отечественной рекламе меньше. Иноязычное название торговой марки иногда сохраняется без транслитерации. Ср.: **Majestic**. *Кофе с богатой историей и богатым вкусом*; **Gasienda**. *Аромат воспоминаний* (кофе); **Zlatopramen**. *Живая чешская традиция* (пиво). Чаще название транслитерируется. Ср.: **Найс Ту**. *Чай со вкусом лета*; **Мэтр де Тэ**. *Ваш чайный сомелье* (чай); **Спрайт**. *Свобода от жажды* (газированный напиток); **Херш-Кола**. *Вкус победы!* (газированный напиток); **Чубо**. *Если дарить, то самое лучшее* (кофе).

Приобретению продукта неизменно предшествует «идеальное» потребление. Сначала потенциальный покупатель приобретает товар мысленно, т. е. представляет себя его обладателем, а затем переносит этот образ в реальность. Чтобы облегчить «идеальное» потребление, рекламист должен акцентировать те характеристики, которые отвечают потребностям людей. Продается не столько сам товар, сколько его функции по удовлетворению потребностей. А это уже целенаправленно создаваемый образ, имидж — «легкий, но необходимый макияж» [7]. Охарактеризуем МИР ПРОДУКТА с точки зрения смыслов, формирующих имиджи.

Утилитарные характеристики. Они отражают полезность, практические преимущества продукта. Передаются такие прагматические смыслы, как низкая цена, высокое качество, польза для здоровья, состав продукта, особенности производства и др. Ср.: *Лисма — чай, доступный по цене*; *Тонус. Честный сок по честной цене*; *Довань. Качество выше, чем цена* (водка); *Dilmah. Традиционное качество* (чай); *Сокол. Качество на высоте* (пиво); *Берегиня. Здоровье из сердца Земли* (вода); *Усилен витаминами* (сок «Тонус»); *В здоровом теле — здоровый сок!* (сок «Чемпион»); *Parliament. Очищено молоком* (водка).

Приходится признать, что удельный вес слоганов данного типа в англоязычной рекламе незначителен. В ряде слоганов подчеркивается, что продукт натуральный, а значит, полезный для здоровья. Ср.: *100 % Natural and 100 % Real Tea* (чай «Lipton»); *Real tea leaves & antioxidants* (чай «Lipton Iced Tea»); *All natural. No caffeine* (чай «Celestial Seasonings»); *Red Bull. Vitalizes body and mind* (энергетический напиток); *Brewed with pure Rocky Mountain spring water* (пиво «Coors»).

Нередко характеристика продукта дается по месту происхождения или стране-производителю. Ср.: *Грейт Велли. Истинно армянский коньяк; Золотая амфора. Вина крымских долин; Настоящий индийский чай* («Гокал»); *Импра. Настоящий цейлонский чай; Истинно английский чай Ахмад; Milagro Deluxe. Из самого сердца Европы* (кофе); *Kimbo. Кофе солнечного Неаполя*. Аналогичные примеры встречаются в англоязычных слоганах. Ср.: *The beer that made Milwaukee jealous* (пиво «Mexican Brewery»); *Schlitz. The beer that made Milwaukee famous* (пиво); *Kokanee*.

Straight from the Kootenays (пиво); *Pure Gold. From the heart of the Kootenays* (пиво); *Schaefer. America's oldest lager beer* (пиво); *Four Roses. America's most gifted whisky* (виски); *Washington state — the perfect climate for wine* (вино).

Как в русскоязычных, так и в англоязычных слоганах мир продукта может выстраиваться на основе смысловых компонентов концепта «ВКУС». Торговая марка видится рекламистам в ассоциативной близости с одним из пяти внешних чувств человека, поэтому многие слоганы содержат соответствующие лексемы. Ср.: *Королевская вода. И полезна, и вкусна* (питьевая вода); *Lipton. Знак хорошего вкуса* (чай); *Кофе Ambassador — тонкие нюансы вкуса; У вкуса есть имя. Nescafe Gold* (кофе); *Совершенство подлинного вкуса с 1870 года* (коньяк «Хеннесси»); *Noyas. И вкус его знаком, как сон далеких лет* (коньяк); *Богатый вкус в легкой упаковке* (пиво «Сибирская корона»); *Богатство ячменного вкуса* (пиво «Толстяк»); *Неповторимый мягкий вкус* (пиво «Невское»).

Однотипность модели иллюстрируется следующими примерами англоязычных слоганов: *Water never tasted so good* (питьевая вода «Volvic»); *Differ tastefully* (чай «Tapal tea»); *Innocent. Little tasty drinks* (сок); *Light on calories. Loaded with taste* (сок «Minute Maid»); *If it tasted any fresher it would still be on the tree* (сок «Tropicana»); *Taste as good as it smells* (кофе «Maxwell House»); *Great tasting wine with a splash of fruit* (вино «Arbor Mist»); *Kendall-Jackson. A taste of the truth* (вино); *Grey Goose. The world's best tasting vodka* (водка); *Gilbey's. Taste the smoothest gin today* (джин); *Looks ugly. Tastes great* (пиво «Stella Artois»); *Old Milwaukee. Taste as great as its name* (пиво). В ряде слоганов отмечается, что рекламируемый продукт делает вкусным прием пищи. Ср.: *Good food tastes better with Tio Pepe*; *Good food tastes better after a glass of Tio Pepe* (херес).

В случае с напитками в англоязычной рекламе регулярно используются слоганы, в которых дифференциация товаров осуществляется не столько за счет разницы их потребительских качеств, сколько за счет утверждения семантики превосходной степени. Ср.: *Carlsberg. Probably the best beer in the world* (пиво); *Good, better, Paulaner* (пиво); *A hard earned thirst needs a big cold beer and the best cold beer is Vic. Victoria Bitter* (пиво); *Kopke. The eldest symbol of Port wine* (портвейн); *The finest rum in the world* (ром «Appleton»); *Patron. Simply perfect* (текила); *The greatest name in vodka* (водка «Smirnoff»); *Boru. The purest expression of vodka* (водка); *The very finest Scotch Whisky of a great age* (виски «Johnny Walker»); *Ahmad tea of London. The world's most exclusive tea* (чай); *Dilmah. The finest tea on earth* (чай). Модель подхвачена отечественными рекламистами. Ср.: *Tropicana. Сок № 1 в мире; Немецкое пиво № 1 в мире* (пиво «Бекс»); *Davidoff. Шедевр, созданный кофейным сомелье* (кофе); *Гролш. Шедевр голландских пивоваров; Carlsberg. Пожалуй, лучшее пиво в мире*.

Антропоморфные характеристики. В русскоязычных слоганах рекламируемый продукт часто наделяется человеческими качествами, физическими и эмоциональными. Продукт в состоянии чувствовать, испытывать переживания и эмоции, разговаривать, думать, совершать осмысленные человеческие действия, демонстрировать характер, поведение и пр. Ср.: *«Больше позитива!» — советуем «Ярпиво»*; *Meikov. Коньяк с русским сердцем; Smirnoff. Русский характер* (водка); *Арсенальное. Пиво с мужским характером; Истинно чешский характер*

(пиво «Велкопоповицкий Козел»); *Старый мельник. Душевное пиво*; **Веселая по вкусу, чистая по природе** (природная вода «Сенежская»); *Казанова. Коктейль без комплексов* (алкогольный коктейль). Антропоморфизация продукта также производится зарубежными рекламистами. Ср.: *Germany's fun-loving beer* (пиво «St. Pauli Girl»); *Smirnoff Ice. Intelligent Nightlife* (водка); *Sedgwick's. Rich, warm and satisfying* (херес). *William Hill. Elegance. Defined* (вино); *Wines of Ontario. As much character as the people who make them* (вино); *Campo Viejo. Pure Spanish character* (вино); *Osborne Solaz. A wine with its own style* (вино); *Graca. The talking, eating, drinking, laughing, singing, sharing seafood wine* (вино).

Психологические характеристики. Мир продукта выстраивается на основе смыслов, акцентирующих широкие возможности рекламируемого предмета по установлению зоны комфорта — жизненного пространства, в котором человек ощущает психологический уют, расслабление, безопасность. Чаще всего это сфера, в которой происходят во многом предсказуемые, привычные для людей явления, связанные с удовлетворением физических потребностей, потребностей в любви, самореализации. Ср.: *Бенат. Согревает охлажденной* (водка); *H₂O и никакой жажды* (вода); *7-Ур. Жаропонижающий жаждоутолитель* (лимонный напиток); *Вода, которая лечит усталость* (минеральная вода «Меркурий»). В большом количестве русскоязычных и англоязычных слоганов продукт неизменно ассоциируется с позитивом, что передают смысловые компоненты успеха, радости, счастья, удовольствия, хорошего настроения, праздника и пр. Ср.: *Лисма. Дарит радость общения!* (чай); *Стрит. 9 % алкоголя. 100 % удовольствия* (коктейль); *Пиво «Три медведя» — все 33 удовольствия*; *Ahmad. Секрет хорошего настроения* (чай); *Маброк — душа поет* (чай). Гедонистические мотивы радости, удовольствия и успеха эксплуатируются в англоязычных слоганах. Ср.: *The sweet smell of success* (виски «Macallan»); *Lindemans. Making life more enjoyable* (вино); *Codorniu. The Culture of pleasure* (вино).

Полиинтерпретируемые характеристики. Мир продукта выстраивается на основе смыслов, напрямую не связанных с объектом рекламы. В слогане просто обозначается продукт, но практически ничего о нем не говорится. Казалось бы, рекламные слоганы должны быть максимально емкими, чтобы донести до адресата рекламную идею, высветив достоинства товара. Однако рекламисты склонны отступать от этой логики, создавая смысловую неопределенность. По мнению Э. А. Лазаревой, такие слоганы имеют предельный, условно-знаковый характер [2].

Думается, что имидж продукта в таком случае рассчитан на сугубо эмоциональное восприятие. В рамках данной модели продукту приписываются функции и свойства, выходящие за пределы его прямого назначения, создается импрессионистичный образ, находящийся в размытом пространстве между реальностью и фантазией интерпретатора. Используются слова с общими значениями, что дает возможность каждому домисливать сказанное в соответствии со своими взглядами на мир, желаниями, чувствами. Ср.: *Courvoisier. Есть к чему стремиться* (коньяк «Курвуазье»); *Яриво. Больше позитива* (пиво); *Столичное. Город ждет!* (пиво «Столичное»); *Пиво Клинское... ясное дело, какое...; Золотой Урал. Дух щедрого края* (пиво «Золотой Урал»); *Warsteiner, остальное неважно*

(пиво «Варштайнер»); *Аква Минерале. Всегда на высоте* (питьевая вода); *Russian Cola. Наши в городе* (прохладительные напитки); *Tchibo. Давать самое лучшее* (кофе «Чибо»); *Jacobs Monarch. Сила сближающей ароматизации* (кофе «Якобс»). Англоязычные примеры: *Turn it loose!* (пиво «Coors»); *Pisa. A whole new slant on things* (ликер); *Olmecca... and the fun goes on!* (текила); *It's BEER! Hooray beer!* (пиво «Red Stripe»); *Sutter Home wines. Life uncomplicated* (вино); *Louis Roederer. Without compromise* (шампанское); *Starbucks Frappuccino. Work can wait* (кофе); *Relentless. No half measures* (энергетический напиток); *Because there's life there's Lyons* (чай).

III. МО — МП — МА. 29 % англоязычных слоганов и 16 % русскоязычных рекламных девизов построено по данной модели (рис. 4). Маркерами контакта между обозначенными мирами в отечественной рекламе выступают названия торговых марок, лексические единицы, называющие продукты и представителей целевой аудитории, личные и притяжательные местоимения, возвратные местоименные слова (*себя, свой, по-своему*), а также синтетические формы — глаголы 2-го лица ед. и мн. ч. повелительного наклонения. Многочисленны примеры, в которых название торговой марки обозначает мир продукта, а личные (*ты, вы*) и притяжательные (*твой, ваш*) местоимения — мир адресата. Ср.: *Чтобы быть в тонусе, нужно чтобы «Тонус» был в тебе!* (сок); *Кулер — твоя система охлаждения* (пивной бренд «Кулер»); *Время «Триумфа» — твое время!* (пиво «Невское триумф»); *Однажды вы перестанете пить просто пиво и начнете пить «Grolsch».* Личное (*я*), возвратные и притяжательные (*мой/моя/мое*) местоимения, как правило, являются идентификаторами мира персонажа рекламы, от имени которого выступает отправитель. Ср.: *Попробуй мое «Мон-доро»* (шампанское); *«Мой» — всегда со мной!* (сок «Мой»); *Сок Ясли-Сад. Мама знает, чему я рад!*; *Milano. Отражение моих желаний* (слабоалкогольный коктейль); *Redds... для себя любимой* (пиво); *Альтимайн. Мы найдем общий язык* (пиво); *Bristolls. Он там, где я* (джин-тоник).

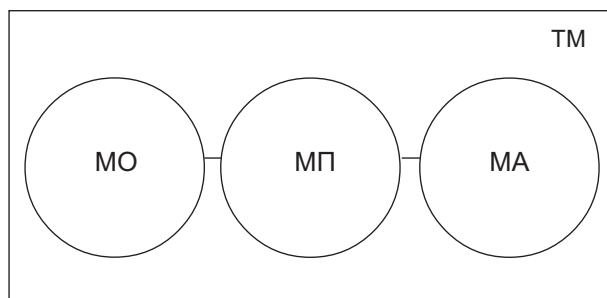


Рис. 4

Мир адресата могут обозначать синтетические формы — глаголы 2-го лица ед. и мн. ч. повелительного наклонения. Имплицируемое обращение «ты» устанавливает «короткую дистанцию» между сторонами. Ср.: *IQ. Дай голове отдохнуть!* (слабоалкогольные коктейли); *Имидж — ничто. Жажда — все! Sprite.*

Не дай себе засохнуть! (газированный напиток); *Pepsi. Беру от жизни все!* (газированный напиток); *Fanta. Вливайся!* (газированный напиток); *Пей Фанта. Будь Бамбуча* (газированный напиток); *J7. Живи! Играй!* (сок); *Tuborg Green. Двигай на вече GREENку!* (пиво); *Златый Базант. Попробуй приручи!* (пиво); *Пиво ДВ. Зацени и зацени!*; *Брахма. Импровизируй* (пиво); *Foster's. Живи по-австралийски!* (пиво); *Открой Efes. Узнай себя* (пиво); *Olmeца. Зажигай по полной!* (текила); *Baileys. Доверься своим чувствам* (ликер); *Cinzano. Будь проще, будь собой* (вермут). Обращение «вы», подчеркивающее формальный характер взаимодействия между сторонами, в меньшей степени характерно для современной российской рекламы напитков. Ср.: *Пушкинь — не ищите на книжной полке* (водка «Пушкин»); *Пейте без остановки «Напитки из Черноголовки»!* (газированная вода); *Пиво сварено для вас* (бренд «Балтика»); *Вода, которая вам идет* (минеральная вода).

Мир адресата приобретает более специфическое содержание, если рекламист выделяет целевой сегмент, называя того, кому предназначен продукт. Ср.: *Бизон. Крепкая водка для крепких парней*; *Нахимов. Коньяк для мужчин*; *Пиво ПИТ. Для хороших людей*; *Пиво для знатоков* («Афанасий»); *Большое пиво для большой компании* (торговая марка «Большое пиво»); *Сады Придонья. Для вас и ваших детей!* (сок); *Сумасшедшие русские пьют «Crazy»* (газированный напиток); *Martell. Выбор индивидуальностей* (коньяк); *Berty's. Привилегия избранных* (кофе); *Каждый маленький ребенок очень любит сок «Спелёнок»!*; *Ясли-Сад. Малыши расти хотят!* (сок); *Крепкий чай для крепкой семьи* («Никитин»).

В англоязычных слоганах указанная модель оказывается еще более востребованной. Почти третья часть всех примеров следует схеме, языковая объективация которой осуществляется за счет указания продукта, названия торговой марки, а также личных местоимений, маркирующих миры отправителя и адресата. Ср.: *If you've got the time, we've got the beer. Miller Beer. We make our bourbon carefully. Please enjoy it that way* (бурбон); *Mackeson Beer. It looks good, it tastes good, and by golly it does you good*; *Guinnes refreshes your spirit* (пиво); *Guinnes is good for you; Everything you always wanted in a beer. And less; When you say Budweiser, you've said it all* (пиво); *For all you do, this Bud's for you* (пиво); *London. Just right for you!* (джин «London»); *E&J. Everything we know is everything you taste* (вино); *Volvic. Fills you with volcanicity* (минеральная вода); *Nobody makes better tea than you and FIVE ROSES* (чай «Five Roses»); *You only get an "ooh!" with Typhoo* (чай).

Так же как и в отечественной рекламе, пресуппозициональный смысл адресата передается посредством императивной семантики. Ср.: *Be yourself and make it a Bud Light* (пиво); *Norrlands Guld. Be yourself for a while*; *Tuborg. BEer YOURSELF; Remy Martin. Feel more* (коньяк); *Martin Miller's. Be a tastemaker* (джин); *Baileys. Let your senses guide you* (ликер); *Dasani. Treat yourself well. Every day* (питьевая вода); *Amita. Drink to the beautiful side of life* (сок); *Lavazza. Espresso yourself* (кофе); *Bring home the coffee they serve in award winning restaurants* (кофе «Vittoria»); *Wake up. It's Eight O'Clock* (кофе «Eight O'Clock»); *Do the Dew* (газированная вода «Dew»); *Sprite. Obey your thirst* (газированный напиток).

ток); **Make your body happy. Drink more water** (питьевая вода). Во многих случаях указанный смысл актуализируют вопросительные конструкции с обращением в форме местоимений. Ср.: *How do you feel? I feel like a Toohey's* (торговая марка «Toohey's»); *Gatorade. Is it in you?* (спортивный напиток); *Got a little Captain in you?* (ром «Captain Morgan»); *Wine. What are you saving it for?* (вино).

Однотипность модели также демонстрируют слоганы, в которых обозначается целевая группа. Ср.: *Fast things for fast people* (энергетический напиток «Go Fast»); *The athlete's energy drink* (энергетический напиток «Go Fast»); *Moccona. For lovers of coffee* (кофе); *The beer drinker's light beer* (торговая марка «Amstel light»); *Champale. Some people just know how to live* (ликер).

IV. МО — МА. Еще одна модель текстовых миров, заключенная в вербально доступную форму, которая напрямую не коррелирует с образом продукта, но создает его имидж косвенно, — Мир отправителя — мир адресата (рис. 5). Она характеризуется отсутствием прямой отсылки к продукту, однако имеет выраженную диалогическую направленность, демонстрирующую расстановку акцентов рекламиста и его желание обратиться непосредственно к потенциальному клиенту. Эффект диалога возникает в результате профилирования ролей отправителя и адресата. Вполне объяснимо, что выявленная модель поддерживается в меньшинстве слоганов, так как высказывания априори не имеют цели без адресации, а значит, не несут смысла.

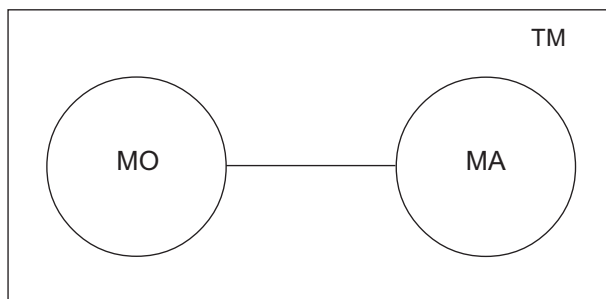


Рис. 5

Вместе с тем очевидно, что в ряде слоганов отправитель действует от лица персонажа, который как будто хорошо знаком адресату, входит в круг его друзей. Отправитель имитирует повседневную разговорную речь, что способствует установлению неформального диалога, включающего механизм подачи нового в качестве уже известного. Ср.: *Распробуй веселье!* («Фанта»); *Пей первым!* (сок «Оле»); *Проверь друга на крепость!* (водка «Приятельская»); *Возьми на размер побольше* (коктейль); *Укрепи иммунитет* (бренд «Тонус»). Так же как в рекламных статьях, динамика взаимодействия между отправителем и потенциальным получателем достигается за счет личных и притяжательных местоимений. Ср.: *Мы такие разные, и все-таки мы вместе* (пиво «Доктор Дизель»); *Все, что нужно моей семье* (сок «Моя семья»); *Когда я вернусь...*

(водка «Исток»); *Угадай мое настроение* (вино). В англоязычных примерах присутствие адресата также маркируется формами личных и притяжательных местоимений и/или императивом. Ср.: *It won't slow you down* (пиво «Coors»); *It's what your right arm's for* (пиво «Courage»); *Sooner or later you'll get it* (пиво «Dos Equis»); *Just what you've been looking for* (вино «Arbor Mist»).

Ситуация коммерческого предложения товара/услуги в рекламных слоганах может видаться в разной перспективе, что сопряжено с выдвиганием на первый план одной или нескольких когнитивных структур, различимых в родовом пространстве текстового мира. Текстовые миры коммерческой рекламы выстраиваются вокруг трех составляющих — отправитель, продукт, адресат. Рекуррентными образцами рекламных слоганов являются модели: мир отправителя, мир отправителя — мир продукта, мир отправителя — мир продукта — мир адресата, мир отправителя — мир адресата. Рассмотренный материал свидетельствует, что мир отправителя является неотъемлемым компонентом смысловой структуры текстового мира рекламного слогана. Апелляция к нему, как правило, носит дисперсивный характер, предполагающий формирование концептуального содержания в результате интерпретации языковых единиц, не являющихся средствами прямой номинации отправителя, а также дискурсивных условий коммуникации, детерминируемых внешним контекстом. Важнейшее свойство МО — множественность повествователей, с которыми можно идентифицировать голос, передающий рекламное обращение. В слоганах однотипных товаров мир отправителя, как правило, объективируется наряду с миром продукта и миром адресата. Концентрированная апелляция к миру продукта осуществляется посредством конкретных лексических единиц, называющих предмет рекламы. Мир продукта создается на основе самых разнообразных характеристик, в большей степени отражающих не реальные свойства товара, а психологические, приписываемые ему для усиления привлекательности. В особую группу выделяются слоганы, где мир продукта выстраивается на основе смысловой неопределенности, которая дает безграничное количество возможных интерпретаций. Мир адресата призван создать условия для успешной идентификации потенциального покупателя с образом человека, использующего рекламируемый продукт.

Взаимодействие миров отправителя, продукта и адресата создает платформу, на которой строится имидж торговой марки, способствующий запоминанию, формированию привычек и предпочтений целевой аудитории. Имидж создает позитивную установку, которая выступает в качестве мотивационного стимула покупки. В плане общих закономерностей вербальной репрезентации действующих лиц российскими и зарубежными рекламистами очевидно, что голос отправителя часто трудно отождествить с кем-то или чем-то конкретным. Различия между однородными товарами намеренно создаются в поле смысловой неопределенности и чувств. Способы концентрированной и дисперсивной апелляции к обозначенным мирам обнаруживают тенденцию к стандартизации рекламных произведений, что, на наш взгляд, объясняется высокой степенью интегрированности российской рекламной индустрии в глобальное социально-экономическое про-

странство. В антиномию с названной тенденцией вступает тенденция к индивидуализации, которая проявляется в разной частотности моделей.

1. *Алефиренко Н. Ф.* Поэтическая энергия слова. Синергетика языка, сознания, культуры. М., 2002.
2. *Лазарева Э. А.* Стилистика рекламы : учеб. пособие. Екатеринбург, 2004. 154 с.
3. *Маслова А. Ю.* Введение в прагмалингвистику : учеб. пособие. М., 2007. 152 с.
4. *Морозова И.* Слагая слоганы. М., 1998.
5. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии XX века. М., 2002. 352 с.
6. *Уэллс У., Бернет Дж., Моррарти С.* Реклама: принципы и практика. СПб., 2003. 800 с.
7. *Феофанов О. А.* Реклама. Новые технологии в России. СПб., 2000. 225 с.
8. *Cook G.* The Discourse of Advertising. L. ; N. Y., 2001. 256 p.
9. *Setino E.* Language and World Creation in Poems and Other Texts. L. ; N. Y., 1997. 273 p.

Статья поступила в редакцию 18.02.2013 г.

УДК 004.77:81'42 + 316.772.5

**Э. А. Лазарева
Е. В. Горина**

СТРУКТУРНАЯ МОДЕЛЬ И СВОЙСТВА ДИСКУРСИВНОЙ СИСТЕМЫ ИНТЕРНЕТА

В статье описывается система основополагающих признаков дискурса Интернета, особенности структурной и содержательной организации субдискурсов в сложной системе дискурса Сети.

Ключевые слова: Интернет, дискурс, субдискурс, структурная модель, признаки системы Интернета.

Интернет — это специфическое образование, которое значительно меняет представления человека о процессе коммуникации, следовательно, он нуждается в подробном структурном описании, которое позволит выделить конституирующие признаки, оказывающие влияние на каждый существующий в Сети частный объект. Одним из множества объектов Сети стали СМИ, трансформировавшиеся в соответствии со спецификой виртуальной реальности: особенностями ее технического построения и гуманитарного содержания. Описание

ЛАЗАРЕВА Элла Александровна — доктор филологических наук, профессор кафедры теории архитектуры и профессиональных коммуникаций Уральской государственной архитектурно-художественной академии, г. Екатеринбург (e-mail: elazareva@r66.ru).

ГОРИНА Евгения Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: Gorina9@yandex.ru).

© Лазарева Э. А., Горина Е. В., 2013

интернет-СМИ, таким образом, зависит от полноты характеристик самого сетевого пространства, выдвигающего СМИ свои требования. Интернет-дискурс в целом и интернет-СМИ в частности привлекательны для многих исследователей [1–5]. Авторы научных работ называют категориальные, структурные, содержательные признаки Сети и новых медиа. Представители каждой области знания находят в Интернете свой объект для анализа, отмечают и подробно рассматривают преобразования, произошедшие с объектом в Сети, пользуясь тем инструментарием, который был предложен опытом многолетних исследований в соответствующих науках. На наш взгляд, Интернет является сложным дискурсивным целым, заслуживающим серьезного изучения. Тем более, что именно структурное, последовательное описание Сети как сложного дискурсивного явления сделает в итоге продуктивной и более четкой работу с каждым объектом, представленным в Глобальной паутине.

Мы считаем, что организация сложного дискурса Интернета может быть описана рядом масштабных признаков, которые можно разделить на две группы. Во-первых, признаки, демонстрирующие саму суть дискурса Интернета, внутрисистемные характеристики. Во-вторых, признаки, показывающие внешние связи дискурса Интернета. К первой группе мы относим когнитивность, интерактивность, вариативность; ко второй — социологичность и психологичность.

Каждая из внутрисистемных характеристик включает большой набор особенностей дискурса Интернета. Когнитивность — один из самых сложных и объемных дискурсивных признаков. Данный признак в первую очередь подразумевает жизнеподобность Сети, реалистичность, близость к реальному миру. Когнитивность вскрывает сложность мыслительной деятельности человека, результатом которой становится отражение реального мира в Глобальной сети как технически организованного подобия жизни. Поскольку Сеть отражает все стороны реальности, мы наблюдаем процессы когнитивного взаимодействия и столкновения разных объектов Сети (разных субдискурсов, составляющих сложный дискурс Интернета). Процессы соположения разных смысловых зон, сосуществующих в Сети, оказывают воздействие на формирование не только дискурса Интернета в целом, но и когнитивного пространства каждого пользователя [5]. Когнитивность требует изучения многих компонентов: связи пространственно-структурных особенностей Интернета и его гуманитарного содержания; процессов сегментации и интеграции субдискурсов, а также их содержательных особенностей и структурной организации; расположения отдельных текстов в плоскостном или трехмерном пространстве Интернета; анализ средств, оптимизирующих процессы восприятия пользователем информации в Сети; отдельного рассмотрения требуют средства дискурсивных защит, активизирующие скрытые субдискурсы, и т. д. [4, 5].

Второй внутрисистемный признак дискурса Интернета — интерактивность — подразумевает активное участие пользователей в организации информационно-событийного поля дискурса Интернета. Можно сказать, что наблюдается экспансия пользовательской деятельности, приведшая к мощным изменениям в структуре коммуникативной модели (автор — текст — адресат), где линейность и превалирующая ранее однонаправленность подачи информации прин-

ципиально трансформируются. Из линейной конструкции коммуникативная модель переходит к объемному расположению динамически преобразующихся компонентов, где пользователь одновременно является и автором, и адресатом во многих текстовых образованиях, в разных частях интернет-пространства (например, СМИ, соцсети, форумы, порталы и т. д.) [5]. Интерактивность выявляет специальные показатели, приспособления для облегчения работы пользователей в Сети: ссылочно-отсылочные компоненты разных типов, заголовочные элементы, актуальные средства дискурсивных защит (специальные параграфемные и пространственно-композиционные средства) [4, 5]. Интерактивность демонстрирует развитие, изменчивость Сети, поскольку все компоненты коммуникативной модели тесно связаны с дискурсом Интернета, существуют именно в нем, приспособляются к его специфике, продиктованной не столько его гуманитарным содержанием, сколько технической составляющей.

Вариативность как внутрисистемный признак дискурса Интернета показывает развитие Интернета благодаря множественному вариантному представлению инвариантной информации. Вариативность рассматривается в ракурсе теории вариантов и инвариантов, что отражает всевозможные способы подачи информации в Сети. Вариантность подачи сведений заставляет обратиться к анализу использования в Сети элементов разных кодов и знаковых систем, а также к вопросам композиции, расположения значимых и второстепенных частей на интернет-странице (модуле), к проблеме задействования параграфемных средств Сети, к исследованию разнообразия и трансформации жанров и форм подачи информации (чаты, форумы, СМИ, блоги, соцсети и др.). Вариативность затрагивает вопросы мультимедийности Сети, конвергентности ее объектов [2–5].

Вторая принципиальная для анализа дискурса Интернета группа признаков показывает связь Интернета с внешними обстоятельствами, демонстрирует, как Интернет влияет на реальную действительность, изменяет общество в целом и пользователей в частности. К этой группе мы относим социологичность и психологичность. Оба эти признака изучаются представителями соответствующих наук и довольно подробно раскрыты в исследовательских работах. Социологичность вскрывает особенности влияния Интернета на социум, затрагивает вопросы формирования сообществ в виртуальном мире и результаты их существования, проявляемые в реальной действительности. Социологичность указывает на возможность Интернета не только объединять, но и активизировать аудиторию, планировать ее действия, общение, распространять влияние и воздействие общающихся людей друг на друга. Социологичность подчеркивает, что Интернет априори делит жителей Земли на пользователей и непользователей Сети, что отражается на отношениях в обществе, формируемом в Интернете, и в обществе, существующем в реальном мире. Социологичность демонстрирует распространенность Сети в определенных социальных кругах, влияние Интернета на развитие человечества в целом, на взаимоотношения людей внутри отдельных групп и т. д.

Психологичность предусматривает обращение к изучению психологии пользователей, здесь актуальны темы самопрезентации в Сети, зависимости, потери

ориентации в результате смещения границ виртуального и реального, эмоционального отношения к контенту, изменения и формирования типов сознания пользователей. Психологичность демонстрирует проблемы хронических изменений, происходящих в структуре личности активного пользователя Сети, проблемы манипулирования аудиторией Интернета, влияния Сети на подрастающее поколение и выработки особых процессов восприятия мира, особого отношения к жизни, образования новых и трансформации вечных морально-нравственных принципов и т. д.

Такова общая универсальная система признаков интернет-дискурса, которая призвана сделать анализ объектов Сети удобным и качественным. Каждый из названных признаков сложен, масштабен по природе и нуждается в подробном описании. Значительную сложность работе с интернет-дискурсом придает то, что глобальный дискурс Сети по содержательным и структурным параметрам является составным, включающим множество самостоятельных субдискурсов, таких как наука, спорт, политика, развлечения, коммерция, культура, международные отношения, психология и множество других. Сеть, как было сказано, является самым реалистичным подобием жизни, поэтому дискурс Интернета имеет составной, модифицируемый характер. Описание структурных характеристик Сети — это отдельная серьезная тема для изучения. Логично выстроенные признаки строения Интернета приведут к лучшему пониманию построения структуры и содержания отдельных компонентов Сети (когнитивных зон, субдискурсов). Организация сложного, глобального дискурса Интернета сводится к взаимодействию двух основных групп субдискурсов: открытых и закрытых. Открытость — это ориентация на развитие, расширение субдискурса, например, за счет комментирования со стороны пользователей, включения дополнительных материалов в основной текст, наличия ссылок на аналогичные тексты, продолжающие раскрывать главную мысль субдискурса. Открытым будет, например, субдискурс о событии «гибель актера Андрея Панина». Данный субдискурс раскрыт во многих интернет-СМИ, сопровождается множеством комментариев от читателей, коллег, поклонников актера. Субдискурс включает не только материалы журналистов о трагедии, но и публикации от имени актеров кино, работников театра, представителей шоу-бизнеса, их воспоминания и соболезнования. Субдискурс содержит и ссылки на материалы об актере, его ролях, биографии, его последние интервью, домашние видеозаписи и т. д. Открытость, таким образом, показывает максимальное расширение субдискурса, его всестороннее развитие не только на плоскостном модуле определенного интернет-СМИ (не только на одной открытой странице конкретного издания), но и в глубине трехмерного пространства Сети вообще (т. е. на других страницах, не всегда относящихся к тому источнику информации, который попался пользователю первым).

Закрытость, наоборот, подразумевает ограниченность и замкнутость субдискурса, отрицание его развития. Закрытый субдискурс не нуждается в расширении, содержательно он самодостаточен и ограничен. Закрытым субдискурсом можно считать, например, афишу кинотеатра, выложенную на сайте торгового центра или городского портала, или расписание работы музеев города, движения электропоездов, телефоны и адреса гостиниц и т. п. Закрытые суб-

дискурсы ориентированы на максимально четкое, однозначное изложение материала исчерпывающего характера. Оппозитивно связанные структурные характеристики открытости и закрытости субдискурсов принципиальны, поскольку отражают общее свойство Интернета. Сеть — это огромное количество взаимосвязанных и сложно организованных открытых и закрытых субдискурсов. Их переплетение достаточно витиевато, что определяет объемную трехмерную пространственную структуру Интернета. Само деление на дискурс и субдискурс тоже неоднозначно, относительно. Каждый субдискурс может стать дискурсом для еще более мелких по объему субдискурсов. Например, в указанном открытом субдискурсе о событии «гибель Андрея Панина» есть ссылки на материалы о его биографии, его карьере и др. Можно сказать, что на фоне дискурса о конкретном событии мы имеем дело с более частным субдискурсом «биография Андрея Панина». Этот субдискурс о биографии на своем пространстве (на отдельной интернет-странице) становится дискурсом для еще более мелких субдискурсов: география места, где А. Панин родился; его семья; театральные постановки и кинематографические работы и т. д. Таким образом, дискурсивная система Интернета представляет собой огромное объемное сложное по организации пространство, на котором каждый субдискурс может играть и главенствующую роль, и второстепенную, где все субдискурсы взаимосвязаны и по принципу матрешки, и по принципу трехмерного дерева [4].

Содержательно субдискурсы определяются предметом речи (наука, медицина, развлечения, коммерция, мода и др.). Содержательные признаки субдискурсов можно описать, характеризуя совокупный текст, складывающийся из множества сообщений внутри дискурса. Каждое сообщение показывает направление развития общей главной мысли, вскрывает тезисы, рассматривает иллюстрации. Так раскрывается глубина содержания субдискурсов. Структурные признаки определяют тип организации субдискурса. К определяющим признакам можно отнести: темпоральность, локативность, авторство, адресность, событийность, проблемность. Для каждого субдискурса один из структурных признаков оказывается ведущим, организующим. Охарактеризуем названные свойства.

Темпоральность может быть ведущим признаком для тех типов субдискурсов, где важна хронология изложения, что бывает обусловлено содержательным аспектом (например, репортаж). Темпоральность окажется структурообразующим признаком для ситуативных субдискурсов (например, поздравления или приглашения действительно в установленных временных границах). *Локативность* субдискурсов в составном дискурсе Интернета напрямую зависит от их содержательных характеристик. Сообщения о научных семинарах или открытии торгового центра располагаются в разных частях интернет-пространства. *Авторство* оказывается определяющим для строения, например, блогов, где развитие субдискурсов, интерпретация информации, происходит благодаря мыслительной деятельности конкретного публициста. Авторство — важный признак научных, культурологических, искусствоведческих, литературоведческих и других субдискурсов, где возникает проблема авторского права. *Тип адресата* может оказывать значительное влияние не только на структуру, но

и на содержательные аспекты субдискурсов Сети. Ориентация на адресата видна в идее субдискурса, в его объеме, характере выбранной информации. Именно тип адресата определяет, например, идею и строение рекламы памперсов или лакокрасочных изделий. Структура субдискурса может основываться на *событии*, что потребует описания элементов события, их анализа, последовательности изложения, объяснения и т. д. *Проблема* становится основанием, объединяющим массу текстов, входящих в субдискурс (допустим, широкое обсуждение проблемы реформирования высшей школы включает множество разных сообщений). Думается, список внутренних характеристик субдискурсов в Глобальной сети еще открыт.

1. Долгополов А. Ю. Свойства и признаки объектов гуманитарного Интернета // RELGA : Науч.-культурол. сетевой журн. 2004. № 11. URL: www.relga.ru

2. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. моногр. / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М., 2012. 328 с.

3. Интернет-СМИ: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М., 2011.

4. Лазарева Э. А. Интернет-текст и интернет-дискурс // Текст в коммуникативном пространстве современной России : моногр. / науч. ред. Т. В. Чернышова, А. А. Чувакин. Барнаул, 2011. 337 с.

5. Скворцов О. Г., Лазарева Э. А., Горина Е. В. Дискурс Интернета : моногр. Екатеринбург, 2009. 177 с.

Статья поступила в редакцию 13.03.2013 г.

УДК 654:792.09 + 316.653(470)

М. А. Мясникова

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СТАРЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НОВЫЕ ЯВЛЕНИЯ

Статья посвящена анализу состояния художественного телевидения в современной России. Программы данного направления явно оттеснены в эфире низкопробным развлекательным и криминальным контентом. Вот почему так важно отметить возникшие в последнее время новые положительные явления в отечественном художественном телевидении.

Ключевые слова: художественное телевидение, художественная природа телевидения, телеискусство, телеспектакль, телефильм, упрощение смыслов, провинция, контент, явление, массовая аудитория.

Художественных и художественно-публицистических программ на основных эфирных российских телеканалах сегодня по-прежнему недостает, что можно реально наблюдать в течение уже нескольких десятилетий. Духовная направленность вещания явно ущемлена другими векторами в телеконтенте. Из многих передач ушло истинно гуманитарное содержание. В эфире активно продолжается «культивация гедонистических настроений» [12, 197]. На экран во всех возможных формах поставляется развлечение. По словам режиссера И. Беляева, «на всех каналах маячат попрыгунчики...» [1, 162]. Люди рядятся в не свои собственные им одежды, депутаты несутся в канкане, телеведущие катаются на фигурных коньках. А реальные персонажи все чаще подменяются актерами. И государственное, и частное российское телевидение, следуя отнюдь не лучшим образцам коммерческого западного эфира, зарабатывает на трагедиях и несчастных случаях, на низменных чувствах и побуждениях, на слухах, сплетнях, страхах и скандалах.

Главный редактор журнала «Искусство кино» Даниил Дондурей назвал подобную модель выстраивания программной политики российских телеканалов моделью «понижающей селекции», т. е. «упрощение смыслов ради упрощения их понимания». Но в результате «человек начинает привыкать к ее содержанию, не реагирует на экстремальность сюжетов, неосознанно растворяется в этом ловко скроенном — в соответствии с его собственными архетипами, — усеченном и травмированном мире» [5, 140]. А объясняется это тем, что зритель якобы сам хочет смотреть все то, что ему показывают. Мол, «саморазрушение осуществляется по заказу самих жертв» [Там же]. Действительно, сегодня можно часто слышать этот расхожий внутрицеховой постулат: «Какова жизнь, таково и телевидение». «Но это неверно! — утверждает старейший исследователь экранных СМИ С. Муратов. — Это мошенническая формула! Жизнь

МЯСНИКОВА Марина Александровна — доктор филологических наук, кандидат искусствоведения, доцент, профессор кафедры телевидения, радиовещания и технических средств журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: avt89@yandex.ru).

© Мясникова М. А., 2013

такова, какой ее видят на ТВ автор, редактор, программный директор. Такова, какой они хотят, чтобы ее увидел зритель <...>. Еще в Средние века интеллектуалы говорили: мы создаем образ архитектуры, а она создает наш мир. Сегодня мы создаем образ телевидения, а оно — в ответ — формирует нас» [6, 144]. О том же пишет исследовательница А. Ярославцева из Томска: «Сегодня кивают на коммерциализацию СМИ и диктат рейтинга, измеряющегося в рублях. А правильнее кивать на социальную безответственность телевидения и редакционную политику компаний, которые предпочитают не вытягивать аудиторию на более высокий культурный уровень, а топтаться вместе с ней на месте» [12, 197].

И это действительно так. Альтернативы обрисованной ситуации что-то не видно. Юрий Богомолов назвал наше современное телевидение «пикирующим», а Сергей Муратов усматривает в нем черты «культурной контрреволюции». Причем проблема, о которой идет речь, вовсе не нова. Электронным СМИ сегодня, как и 10–15 лет назад, не хватает образного, творческого начала, которое вносят в жизнь искусство и программы об искусстве. «В 90-х годах в стране были практически разрушены, перестали существовать все прежние институты производства телефильмов. Исчезли такие понятия, как “телетеатр” и “телекино”, а документальное, буквально как Атлантида, ушло на дно. Сегодня, когда мы говорим “телетеатр”, современное поколение просто не понимает, о чем идет речь. То, что сегодня называется “документальным телефильмом”, на самом деле в девяноста пяти процентах случаев никакого отношения к этому понятию не имеет. <...> Телефильм — это совершенно особые сценарии, другая режиссура, другие сроки, другие лимиты киноплёнки. <...> Самым выразительным моментом этой катастрофы, которая произошла на наших глазах и о которой говорит Даниил Дондурей, является то, что те, кто создает сегодняшнее телевидение, так не думают», — заключает С. Муратов [6, 143]. А между тем обрисованная ситуация уже выросла в настоящую проблему. Ушли профессионалы, утрачены традиции, не происходит воспроизводства кадров для художественных программ, и, что самое прискорбное, интерес к данному направлению вещания утратил и зритель, особенно молодой.

Все это особенно заметно на региональном уровне. Данное направление в провинции заметно усечено, а кое-где и свернуто. Что касается программ екатеринбургских телеканалов, то о «Черной кассе» Николая Коляды, «Доме актера» Сергея Гамова, «Кофе со сливками» Веры Сумкиной или «Культурных прогулках» Елены Рыжковой сегодня уже никто не вспоминает. А ведь названные программы были объединены присутствием автора как ярко выраженной личности на экране и относились к разряду заметных и талантливых образцов телевизионного творчества. К сожалению, из местных рубрик к художественной телепублицистике можно отнести сегодня совсем немногие, например, передачи Е. Рыжковой «Творческая мастерская» на канале «Союз» и С. Матюхина «Поле Куликово» на канале АТН. Последняя, кстати сказать, сменила много лет жившую в эфире замечательную цикловую очерковую программу того же автора «География духа». Большинство же местных культурологических передач в подтверждение тезиса Д. Дондурая о «понижающей селекции» касается иных, куда более обыденных сторон нашей жизни (а именно культуры потреб-

ления, еды, одежды) и во многом носит рекламный характер. Вероятно, спасением художественного вещания в регионах может стать нарождающееся общественное телевидение России, создатели которого заявляют о том, что оно будет демократичным, лишенным рекламы и развлекательного контента, а главное — провинциальным в лучшем смысле этого слова. Ибо оно планирует пополнять свой контент за счет достойной продукции региональных каналов, относящейся в том числе и к художественному вещанию.

При этом следует отметить, что телевидение, основанное на образе, способно глубоко проникать во внутренний мир зрителя, формировать его менталитет, защищать духовное пространство, содействовать самосознанию личности и народа в целом. И, между прочим, все наше телевидение изначально выглядело как сплошной канал «Культура», если, конечно, отбросить тогдашние идеологические заморочки и крайности. А в теории телевидения сложилась особая искусствоведческая концепция понимания его природы. Феномен рассматривали как часть обширной художественной сферы, как новый вид искусства, как музу «технэ». Это направление исследований, начатое театроведом В. С. Саппаком, автором одной из первых отечественных книг о телевидении, вышедшей в первой половине 1960-х гг. под названием «Телевидение и мы», в дальнейшем развивали искусствоведы, литературоведы, культурологи: В. М. Вильчек, Л. В. Петров, Б. М. Сарнов, Ю. Б. Борев и др. В. С. Саппак [9] в качестве основной задачи выдвигал определение места телевидения в ряду искусств. Он первым применил к нему многие общие, коренные вопросы теории искусств: проблему правды и неправды, соотношения с действительностью, типизации форм жизни, свободы самовыявления, авторского начала в творчестве, изучения зрительских потребностей и вкусов. Основными чертами изучаемого феномена он считал импровизационность, интимность, способность укрупнять и типизировать. Однако тот же В. С. Саппак называл телевидение и зрелищем, и «новой эстетической возможностью», отмечая, что технический прогресс его самоочевиден, а прогресс эстетический все же скрыт, и что между ними существует разрыв. Больше точек соприкосновения В. С. Саппак усматривал между телевидением и театром, наделенным зрелищностью и условно-безусловной природой пространственно-временных характеристик, нежели между телевидением и кино. Он не видел никакой перспективы в прямом сближении и взаимоподрыве последних, как это делали другие исследователи.

В дальнейшем в рамках искусствоведческого подхода возникла идея *дуализма* телевизионной природы. В. С. Саппак указывал на наличие в изучаемом феномене наряду с художественными и внеэстетическими начал, таких как документальность, эффект присутствия, «абсолютный слух на правду», особое качество достоверности, способность экрана демаскировать ложь, связь эстетики с этикой, демократизм, наличие так называемой «дистанции доверия». Он улавливал контакты телевидения с жизнью в широком и узком, «бытовом», смысле слова, вскрывал социальную, документальную и даже утилитарную его сущность. Исследователь отмечал особые коммуникативные свойства телевидения, вытекающие из технических возможностей «теле-глаза». А сам термин выводил из описанного Д. Вертовым «кино-глаза», позволявшего сделать

невидимое видимым, скрытое явным. Объект телеизображения реален, эстетизировано благодаря экранному изображению лишь наше отношение к нему. Причем эта эстетически организованная реальность способна оставаться верной самой себе.

Таким образом, эстетический потенциал обнаруживался в реальных свойствах самого телевидения, внутри его собственной специфики. В. С. Саппак показывал, как функция информации обогащается в кадре драматургией. Черты искусства он усматривал в подглядывании и теленаблюдении, в недоступной ни литературе, ни кино способности поднять до высокой степени образности схваченный в момент свершения факт, наконец, в присутствии живого человека на экране. Собственно коммуникативные свойства исследователь трактовал в эстетическом ключе, а в телевидении обнаруживал новую, не похожую на ту, что проявлялась в традиционных искусствах, художественную однородность, цельность, нераздельность.

И все же, несмотря на то, что он первым стремился выявить художественную природу телевидения, В. С. Саппак не спешил назвать его искусством в полном смысле слова. Исследователь даже утверждал: не важно, станет ли телеобъектив художником, об этом можно еще спорить, но в таланте журналиста ему не откажет никто. Таким образом, по сути, В. С. Саппак видел пути органического слияния на телеэкране *двух* разных стихий — художественной и документальной, и не сводил телевидение ни к традиционным искусствам, ни к СМИ, что, однако, не раз проделывали другие авторы. В частности, Ю. Б. Борев в 80-е гг. прошлого века уверенно заявлял: «Телевидение не только средство массовой видеoinформации, но и новый вид искусства, способный передавать на расстояние эстетически переработанные впечатления бытия» [2, 298].

Однако с этим утверждением мы можем согласиться лишь отчасти, подчеркнув, что искусством, так или иначе, является не все телевидение, а лишь отдельные сегменты его контента, представляющие собой образцы «телеискусства». Мы определяем изучаемый феномен как *синкрез разнообразных видов деятельности*, подчас переплетающихся между собой. С одной стороны, в этом синкрезе присутствует художественно-творческая сторона, связанная с созданием принципиально новых художественных ценностей, а также с адаптацией, репродуцированием и преобразованием уже существующих. (Речь идет об оригинальных телепроизведениях, а также трансляции в эфире готовых фильмов, спектаклей, концертов.) С другой — в упомянутом синкрезе обнаруживается целый ряд не вполне художественных, но также творческих составляющих, имеющих отношение к просвещению, развлечению, социальной адаптации людей и т. д. Помимо этого телефеномен соприкасается и с нетворческими (в традиционном смысле) видами деятельности, теми, что связаны с организацией и управлением, технологиями и коммерцией, которые, однако, также не могут быть не замечены. Таким образом, телевидение наглядно демонстрирует нерасчлененное единство духовных (внутренних) и материально-практических (внешних) деятельностных операций. Последние образуют, соответственно, его внутренние (смоделированные в сознании) и внешние (конструктивно и знаково представленные) формы. Основанное на новейших коммуникационных тех-

нологиях, обеспечивающих взаимодействие и пересечение отдельных составляющих коммуникации — как в техногенном и онтологическом, так и в образительно-выразительном аспектах, — телевидение весьма тесно спаяно с духовной, интеллектуальной и эмоциональной сферами повседневной человеческой жизни. И все это материализуется в телепространстве в самых разнообразных формах.

По словам О. Р. Самарцева, «наряду с адекватно отображенными событиями действительности, на экране равноправно существует виртуально созданная компьютерная графика — от чисто декоративного элемента заставок до вполне очеловеченного и наделенного личностными характеристиками героя» [8, 58]. Так материально-технологическая практика служит в телевизионном пространстве духовному постижению реальности.

Сегодня чрезвычайно важно обратить внимание исследователей на необходимость дальнейшего изучения теоретических проблем телевидения, а практиков — на осознание весьма плачевного состояния именно *художественного вещания*, либо тотально оттесняемого на задний план, либо подменяемого эрзацами, поделками и подделками. Когда-то, в 1987 г., исследователь В. Вильчек писал в своей книге «Под знаком ТВ», что от половины до трех четвертей населения нашей страны приобщаются к культуре благодаря телевидению. По идее, его культурное влияние на жизнь чрезвычайно велико. Теледеятель — служитель Культуры. А само телевидение — составная часть культуры общества, в том числе и художественной. Преодолевая время и пространство, этот феномен является не только способом освоения, тиражирования, накопления культурных ценностей прошлого, но и создания новых как полноценных элементов современной культуры. Он связывает людей разных стран и континентов, открывая дополнительные возможности для широкого культурного обмена. В итоге он соединяет элементы культуры по вертикали и по горизонтали. Проблема состоит в том, что эти процессы неравномерны и часто сопровождаются подавлением одних культур другими. К этому стремится и так называемый «культурный империализм» — явление, достаточно распространенное в мире, проявляющееся и в приходе в наше телепространство огромного массива зарубежной видеопродукции, и в процессах клонирования образцов чужих телепрограмм. Вместе с тем художественное вещание предполагает создание и наших собственных, оригинальных ценностей, ориентированных на мировую аудиторию. Об этом пророчески говорил когда-то Велимир Хлебников: «Если раньше Радио (имеется в виду передача информации на расстояние в широком смысле. — М. М.) было мировым слухом, теперь оно — глаза, для которых нет расстояния. Это Радио разослало по своим приборам цветные тени, чтобы сделать всю страну и каждую деревню причастницей выставки художественных холстов далекой столицы... Мусоргский будущего дает всенародный вечер своего творчества в пространном помещении от Владивостока до Балтики под голубыми стенами неба...» [11, 293]. Картина поистине впечатляющая. Достаточно вспомнить не только трансляции великолепных концертов из Карнеги-холла и зала Славы рок-н-ролла или оперных и балетных спектаклей из лучших театров мира, в том числе и российских, но и оригинальные отечественные те-

лефильмы-балеты режиссера А. Белинского или знаменитые телебенефисы режиссера Е. Гинзбурга, к сожалению, уже довольно давние. Однако концерты классической музыки, трансляции театральных спектаклей или оригинальные художественные постановки сегодня можно встретить лишь на канале «Культура», в то время как низкопробные телесериалы демонстрируются повсеместно.

Канал «Культура», начавший вещание 1 ноября 1997 г., спустя два месяца после Указа Президента РФ, как единственный в стране некоммерческий канал, сразу же занялся просветительством и образованием, возродил полноценное художественное вещание, начал прививать зрителю эстетический вкус и высокие нравственные нормы жизни. Само оформление канала дает эстетическое наслаждение, воспитывает визуальную культуру потребителя. Кстати, появление в конце 90-х гг. прошлого века у нас в России этого монопроблемного, свободного от рекламного мусора, а значит, независимого, непроданного, некланового телеканала вызвало далеко не однозначную реакцию в обществе. Так, с точки зрения исследователя телевидения Р. Борецкого, явление нового канала — было все же знаком того, «что “событийную жажду” в наших смятенных душах и впрямь сменяет традиционная в России тяга к рефлексии, к самопознанию, к рассуждению о вечном и высоком. Если это так, — продолжал автор, — (а очень хочется!), то отнести к “телекультуре” надо бы действительно серьезно» [3, 39]. Другие же опасались, что культуру решили загнать в резервацию. И сегодня, к сожалению, уже ясно, что так и произошло. Начавшийся как канал «second hand», строивший свою программную сетку преимущественно на повторах архивных программ, сегодня канал «Культура» набрал серьезные профессиональные обороты, однако так и остался малодоступным для широкой зрительской аудитории, в частности для жителей небольших городов в разных областях страны, порой просто из-за условий приема теле сигнала.

А вообще, стоило ли отделять культуру от рядового потока телепрограмм? Как справедливо замечает С. Муратов, в конечном итоге получилось так, что сегодня «культура на ТВ — это только канал “Культура”, который собирает, как мы знаем, меньше трех процентов аудитории <...>. Большинство молодых людей просто не знают, зачем им смотреть этот специализированный, во всех смыслах нишевый канал» [6, 142]. С одной стороны, по мнению А. Голубовского, возможно, несколько спорному, этот канал «больше настроен на сохранение, действует, как музей. На сохранение и презентацию значимого, но уже существующего. Он очень мало работает с актуальной культурой» [10, 108–109]. С другой стороны, остальные федеральные каналы, по существу, избавили себя от обязанности «нести культуру в массы» и изготавливают поставленные на поток суррогаты. Пышным цветом расцвели на них спекулятивные фильмы-биографии, гламурные ли, юбилейные ли, но всегда стандартные передачи-портреты, а также плоские, грубо манипулирующие сознанием аудитории, тенденциозные циклы-разоблачения. Дальше этого иные каналы не идут.

С развитием потребительских тенденций в аудиовизуальной культуре средством манипуляции сознанием становится и музыка. В этой связи композитор В. Мартынов констатирует смерть музыки как искусства «выражения и пере-

живания» и «смерть времени композиторов» [7, 17]. Почти на всех федеральных каналах серьезные музыкальные программы просто отсутствуют. А сама музыка обращается в шоу. «В немалой степени способствует тому именно современное телевидение, которое “делает ставку” в большинстве музыкальных передач на развлекательность, цветовые эффекты, зрелищные технические приемы, которые подчиняют себе музыку и нивелируют ее богатые интонационно-смысловые, психологические возможности как серьезного, глубокого искусства, способного взволновать человеческие души» [4, 107].

Исчезли из федерального эфира и крепко забыты бывшие еще несколько лет назад на слуху литературные передачи: «Домашняя библиотека», «Книжный магазин», «Книжная лавка», «Книжный мир». Однако если одни из перечисленных программ основывались на выношенных размышлениях критика, пришедшего в литературное телекафе на встречу со зрителями, или на интеллектуальных беседах с писателями о книжных новинках, то другие, к сожалению, неприятно поражали стертыми рекламными текстами ведущих, дежурными интерьерами и аляповатыми заставками с незримой надписью — «уплачено». А между тем подобным передачам противопоказан стиль «немного обо всем», о книгах нельзя рассказывать в той же манере, что и о чудо-ножах и тренажерах. Иные, более удачные примеры — фильмы Леонида Парфенова о Пушкине, российской истории, создателе телевидения В. К. Зворыкине, уральском хребте или музее изобразительных искусств им. А. С. Пушкина, сделанные с размахом, в подлинных экстерьерах и интерьерах, но тоже уже оставшиеся в прошлом. Так или иначе, художественное вещание на основных федеральных телеканалах, исключая «Культуру», сегодня явно не поспевает за информационным и развлекательным. Оно присутствует в эфире в усеченном, во все более сжимающемся, как шагреновая кожа, виде. Явление тревожное.

В то же время канал «Культура» продолжает развиваться и находит новые, интересные формы презентации художественной культуры на домашнем экране. Здесь идут телепрограммы, в которых искусство не только непосредственно предстает в эфире в виде трансляции, адаптации или оригинальной постановки, но существует и в качестве объекта интерпретации, критики, рассказа. Тематически они располагаются в привычном круге: программы о литературе, театре, кино, музыке и изобразительном искусстве. Остались театральные посиделки и вечера; яркая постановочная программа «Легенды мирового кино» с ироничным текстом и артистичным ведущим; портретные рубрики «Острова» и «Эпизоды», ток-шоу «Линия жизни»; дискуссионные программы «Тем временем» и «Культурная революция»; загадочная передача-расследование «Искатели»; короткие информативные беседы «В главной роли» Юлиана Макарова и в рубрике «Худсовет» с разными ведущими внутри программы новостей. По-прежнему идут отдельные исторические, художественные, театральные, музыкальные телециклы; программы симфонической, джазовой, рок-музыки; архивные телеспектакли и прямые трансляции из театров и концертных залов.

Выходят в эфир большая утренняя программа «Наблюдатель» и воскресное итоговое обозрение «Контекст». Запущен мощный образовательный проект «Академия». К «Документальной камере» прибавилась передача дискуссионного

плана о документальном кино «Смотрим, обсуждаем». Идут новое литературное ток-шоу «Игра в бисер», беседы Дарьи Спиридоновой в «Белой студии», чтецкие программы «Я пришел к вам со стихами» и «Послушайте!», оригинальная передача о современной поэзии «Вслух», видеоизменились выпуски «Культкино» и «Магии кино». Внимание зрителей недавно привлекла исключительная по своей художественной отделке авторская программа Паолы Волковой «Мост над бездной», а наряду с ней и другие авторские циклы — С. Соловьева, А. Смелянского, И. Волгина, И. Золотусского, А. Сигаловой, Е. Марголита. К отдельным кинопоказам добавились художественные и документальные телесериалы. В эфире канала «Культура» время от времени появляются даже занимательные телеигры и весьма удачные телеконкурсы (вспомним «Ночь в музее», «Щелкунчик», «Большой балет»).

Важно отметить новые положительные явления в отечественном художественном вещании последнего времени (опять-таки на примере канала «Культура»): 1) сегодня на первый план вновь выходит слово и, что особенно ценно, поэтическое; 2) шумные, нередко малосодержательные диалоги и полилоги теснятся монологами (вспомним знаменитый «Подстрочник» О. Дормана); 3) искусство двинулось навстречу массовой аудитории: об этом говорят создатели программ, например, П. Волкова и А. Максимов; 4) но самое главное, на что указывают уже зрители — надоели развлечения и глупые шоу; 5) о серьезности перемен в интересах и потребностях людей говорит появление новых специализированных каналов в Интернете, типа канала «Театр» с многочисленными рубриками и обратной связью. Все это вселяет надежду на благотворные изменения не только на телевидении, но и в окружающей нас жизни.

1. *Беляев И. К.* Спектакль документов: Откровения телевидения. М., 2005.

2. *Борев Ю. Б.* Эстетика. 3-е изд. М., 1981.

3. *Борецкий Р.* Персональный лейбл против культурной обузы // Новое время. 1997. № 47. С. 38–40.

4. *Девятова О. Л.* Музыка в экранном медиапространстве: проблемы, решения, перспективы // Экранная культура в современном медиапространстве: методология, технология, практики. Москва ; Екатеринбург, 2006. С. 106–113.

5. *Дондурей Д.* ТВ: уловки профессии. О профессиональных стереотипах телевидения // Искусство кино. 2009. № 8. С. 135–140.

6. «Какое телевидение, такая и жизнь» // Там же. 2009. № 8. С. 141–151.

7. *Мартынов В.* Зона opus posth, или Рождение новой реальности. М., 2005.

8. *Самарцев О. Р.* Феномены глобальной коммуникации: тенденции современного телевидения. М., 1998.

9. *Саптак В. С.* Телевидение и мы. М., 1963.

10. Трещина в монолите. Нужно ли российскому обществу общественное вещание? // Искусство кино. 2012. № 5. С. 103–113.

11. *Хлебников В.* Радио будущего // Собр. произв. Л., 1930. Т. 4.

12. *Ярославцева А. Е.* Изменение ТВ-контента: грани ответственности // Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. М., 2008. С. 196–197.

ВЫЗОВЫ НОВОГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАРЫНКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СМИ

Анализируются тенденции, характерные для развития специализированных СМИ в условиях конвергенции, представлены различные варианты медийных практик, способствующих повышению их конкурентоспособности. Как доказывают авторы, специализированные СМИ могут вполне успешно развиваться и трансформироваться, сохраняя свойственные им типологические преимущества и в то же время устанавливая системные связи с пользователями социальных сетей и взаимодействуя с целевой аудиторией.

Ключевые слова: специализированные СМИ, Интернет, социальные сети, медиарынок, цифровые технологии, аудитория, диалог.

XXI век получил наименование «информационного». Это связано, в частности, с тем, что роль средств массовой информации в последние десятилетия века минувшего перманентно возрастала, прежде всего благодаря развитию технологий передачи сигналов и массмедийных текстов. Ведь мобильная связь, Интернет, спутниковые телекоммуникационные системы позволяют прессе быть сверхоперативной, а информационное пространство отдельных регионов и России в целом не только расширяется, но и становится, по точному определению исследователей СМИ, «крайне интенсивным, уплотненным; “производители” и “потребители” информации постоянно меняются местами — монолог заменяется не просто диалогом, а глобальным полилогом» [11, 4].

Петербургские ученые Г. С. Мельник и А. Н. Тепляшина акцентируют внимание на том, что развитие Интернета привело к появлению нового средства коммуникации, децентрализованного и гибкого, повлиявшего на культуру пользователей и открывшего им богатый информационный мир. Ведь медиум XXI в. — Интернет предлагает не только высокоскоростную передачу новостей, но и множество информационных ресурсов, касающихся истории, предыстории, а также постистории того или иного события [7, 133], а информационный мир конкретной личности при этом все больше визуализируется, персонализируется, наполняется различного рода смыслами.

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

ХИЖНАЯ Екатерина Вадимовна — выпускница департамента «Факультет журналистики» Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета.

© Олешко Е. В., Хижная Е. В., 2013

Аксиомой является и тот факт, что роль Интернета как информационного ресурса возрастает год от года в геометрической прогрессии. По данным Министерства связи и массовых коммуникации Российской Федерации, число пользователей Глобальной сети в России за 2011 г. выросло на 5,4 % — до 70 млн человек, или до 49 % от общей численности населения, составляющей 142 млн 857 тыс. человек [7, 133]. Тем самым Россия вышла на первое место в Европе по количеству пользователей Интернета. Самыми активными пользователями российского сегмента Интернета являются дети и молодежь в возрасте 12–24 лет (94 % из них заходят в сеть не реже 1 раза в месяц). В группе 25–44-летних таких пользователей 80 %, а в возрастной категории 45+ — 31 %. К концу 2014 г. охват Интернетом первых двух групп населения достигнет 97–99 %, поэтому дальнейший прирост аудитории русского сегмента Интернета, по мнению экспертов, будет возможен только за счет населения старше 45 лет.

По большому же счету сегодняшний интернет-бум (в первую очередь характерный для молодежной аудитории) порожден бурным развитием социальных сетей (к примеру, «Фейсбук» или «Одноклассники»), а также популярностью модели создания контента UGC (содержание, поставляемое пользователями) для «Twitter», «YouTube» и т. д. Но мы убеждены, что это не может продолжаться долгое время, поскольку сейчас большинство организаторов этих и ряда других социальных сетей тратят деньги инвесторов и пользователей прежде всего на то, чтобы заполнить досуг сотен миллионов людей, ежедневно сидящих перед компьютерами и ничего значимого при этом не производящих. Наступил своего рода апофеоз индустрии развлечений, но не развития Интернета прежде всего как массового «орудия труда» или Интернета как индустрии «приращивания смыслов бытия».

Исследователи журналистики, медиарынка, средств массовой коммуникации в целом, как, впрочем, и ученые-психологи, лингвисты, в последнее десятилетие отмечают в своих работах изменение парадигм общения и взаимодействия [9, 18–20]. Мы являемся свидетелями того, что благодаря новым информационным технологиям появляется новый язык — как визуальный, так и вербальный. Местом его формирования и развития (причем зачастую противоречивого, разнонаправленного) становится прежде всего Всемирная сеть. В связи с этим неизбежно возникновение новых типов средств массовой информации, призванных отвечать на вызовы нового тысячелетия.

Если говорить о современной периодической печати, то можно отметить, что она в этой ситуации попала в весьма непростое положение. С одной стороны, окончание финансового кризиса в 2010 г. привело к увеличению покупательной способности реальных и потенциальных потребителей печатных СМИ, к определенной стабилизации данного рынка. С другой стороны, новейшие технологии массмедиа и повсеместная эскалация Интернета заставили вплотную заняться внедрением различного рода элементов конвергентной журналистики. В частности, можно назвать появление в практике некоторых СМИ новых издательских платформ (например, формирование системы распространения электронных версий печатных изданий на рынке мобильных устройств).

Цифровые технологии оказывают огромное влияние и на журналистику в целом, и на содержание средств массовой информации. Однако, по данным экспертов Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, все больше утверждается мнение, что Интернет не в состоянии заменить традиционную печать. Даже в США, где Интернетом охвачено около 80 % от численности населения, только 5 % американцев получают новости исключительно из этого источника, тогда как из оффлайн-СМИ — 38 %, а из Интернета и оффлайна одновременно — 59 %. Это, на наш взгляд, позволяет лучше понять изменения, произошедшие в политике распространения изданий ведущими издательскими домами. Они все чаще прибегают к стратегии развития «360 градусов», которая предполагает распространение редакционного контента на всех возможных носителях (печатные издания, ТВ, радио, Интернет, мобильные устройства) и позволяет предоставлять рекламодателю пакет услуг, охватывающий любой сегмент аудитории [10].

В свете вышеописанных процессов невозможно переоценить роль специализированных СМИ и интернет-сайтов. В плане креативного подхода к объединению формальных характеристик печатных средств массовой информации с техническими возможностями Интернета в сегменте средств массовой информации, посвященных вопросам дизайна, показательными можно назвать два проекта: электронный флэш-журнал «BigMag» и интернет-сайт журнала «AD» (admagazine.ru). В состав первого входит не только электронная версия журнала, но и авторский блог редакции. Admagazine.ru сегодня — это живой, ежедневно обновляемый блог с «дружелюбным» интерфейсом и приятным дизайном.

Более подробно остановимся на проекте «BigMag», потому что это первый в своем роде специализированный флэш-журнал в российском интернет-сегменте, выпускающийся сразу для двух платформ — Windows и Macintosh. «Большой журнал» — бесплатное электронное издание о мировом искусстве вне привычных рамок. «Нам интересны различные направления дизайна, иллюстрации, фотографии, музыки, стрит-арта и других современных течений, — заявлено в программном документе издания. — Нам одинаково интересен и Запад и Восток. Мы стараемся показать, как развивается современное искусство в разных культурных средах, в разных уголках мира» [13].

Особое место в данной типологической группе занимают два легендарных в профессиональной среде интернет-портала: дизайнерский портал DeForum (www.deforum.ru) и портал для полиграфистов-профессионалов PROdtp (www.prodtp.ru). Сердцем обоих проектов является форумное пространство, более чем с 10 тыс. участников каждое. На этих порталах обсуждается все, что может заинтересовать посетителя: графика и препресс, подводные камни, возникающие при выполнении цветоделения, шрифты, фотография и основы ее обработки, оборудование, составлены даже «черные списки заказчиков» и т. д. и т. п. Для начинающих дизайнеров DeForum и PROdtp — это и профессиональные словари, и критика, советы, решение проблем, и тысячи страниц полезнейшей информации. Для профессионалов DeForum и PROdtp — одновременно бытовое пространство общения и профессиональное пространство обмена опытом.

Отдельного внимания заслуживает и быстро растущий рынок социальных сервисов, представляющий интерес как для издателей и рекламодателей, так и для потребителей информации. Сегодня лидеры рынка стремятся аккумулировать читательскую аудиторию в рамках тематических групп, функционирующих в пространстве популярных социальных сетей, что позволяет им не только удерживать внимание читательской аудитории, но и привлекать новых читателей. Как отмечает декан факультета журналистики МГУ Е. Л. Вартанова, процессы дигитализации и конвергенции средств массовой информации и расширения территории присутствия печатных СМИ за счет интернет-пространств, в частности социальных сетей и блогосферы, сопровождаются вторжением непрофессионалов в медиасферу [3, 8]. Аудитория, как то: пользователи социальных сетей и блогеры, активно создают собственный контент, обмениваются информацией и модерировать дискуссии на общественно значимые темы. Завышенные ожидания, с одной стороны, и бесконтрольный доступ к информации — с другой, делают сетевую непрофессиональную НЕ-журналистику достаточно рыхлой и аморфной. «Во многих странах, в тех же США, популярными блогерами становятся журналисты, не нашедшие себя в редакциях медиакомпаний — формальных структурах медиаиндустрии. Однако в нашей стране профессиональные журналисты чаще всего не уходят в блогеры, последними становятся, скорее, гражданские активисты, самодеятельные авторы и публичные фигуры» [Там же, 27].

По оценке РБК.research, в 2012 г. в России на регулярной основе выходило примерно 2,5 тыс. журналов, представляющих интерес для рекламодателей. Половина из них имела разовый тираж 10 тыс. экземпляров и более, но ситуацию на рынке определяли около 850 федеральных и 50 региональных журналов. Всего к январю 2012 г. в России было зарегистрировано около 33,7 тыс. журналов. За прошлый год закрылось 3017 журналов, но вновь было зарегистрировано и перерегистрировано 3334 журнала, т. е. их общее количество выросло на 317 изданий [10].

Увеличение объемов необходимой для обработки и дальнейшей передачи по различным каналам информации обусловило не только рост числа СМИ, но и более узкое сегментирование информационных потоков. А это привело, в свою очередь, к возникновению как целевых форм коммуникации, предназначенных для более узких категорий потребителей, так и вариантов профессионализации и специализации людей, занятых в медийной сфере. При этом, делают вывод исследователи, «разнообразие особенностей и нужд аудитории порождает огромное количество строго ориентированных изданий и программ, специально обращенных к конкретной аудиторной группе» [6, 48].

Научно-технический прогресс последнего десятилетия обусловил бурное развитие и такой сферы коммуникативно-творческой деятельности, как газетно-журнальный дизайн и веб-дизайн, что спровоцировало активное формирование целого спектра периодических изданий, нацеленных на информационное обслуживание аудиторной группы активных потребителей данного рода продукции. Приведем только один факт: на сегодняшний день в России выходят более 30 наименований изданий, освещающих различные аспекты деятельности медиадизайнеров.

Формальное равенство любой информации, находящейся в Сети, делает электронные СМИ не столь значительными образованиями, как огромный пласт необозримого пользовательского контента: к примеру, только в 2011 г. российские граждане выложили в Сеть 50 млн видеороликов, и этими материалами все чаще пользуются даже профессиональные СМИ [5, 195]. Еще одним из важнейших трендов текущего периода является «гаджетизация» журнальной периодики, представляющая собой массовую трансформацию содержания журналов в мобильный формат. При этом издатели периодики зачастую проводят довольно агрессивную политику для привлечения новых читателей.

Например, екатеринбургское издательство «TATLIN» предлагает оформить подписку на электронные версии своих журналов через бесплатное приложение ReaderPressa.ru. Кроме того, все читатели, уже подписавшиеся на издания через сайт Pressa.ru, автоматически могут пользоваться электронной подпиской. А журнал «AD», издающийся ЗАО «Conde Nast», предлагает первым 15 читателям, подписавшимся на журнал в том или ином месяце, подарок (в январе — полотенце «Missoni»), о чем сообщается на главной странице интернет-сайта издания. При этом подписка на электронную версию издания обойдется читателю на 41,7 % дешевле. Причем, как свидетельствовали опрошенные нами эксперты, на данный момент сложно сказать, какая из возможных моделей продажи электронных версий изданий будет приносить наибольший доход и способны ли планшетные версии изданий генерировать достаточный рекламный доход.

Несмотря на то, что инновации на современном журнальном рынке в основном ассоциируются с i-приложениями, технический прогресс в сфере издательского дела не стоит на месте, предоставляя издателям все новые материалы и технологии печати. Наиболее любопытными с этой точки зрения являются так называемая УФ-лакировка, в том числе текстурирование УФ-лаком, создание металлизированных обложек, мягкая ламинация, арома- и термочернила, фотохромирование (использование чернил, невидимых в лучах ультрафиолета), использование QR-кодов и цифровых водяных знаков, позволяющих обогатить контент бумажного журнала мультимедийной функциональностью.

Немаловажная часть работы редакционного коллектива любого средства массовой информации — организация взаимодействия со своей целевой аудиторией. Это необходимо для того, чтобы лучше понимать «условия, в которых протекает та или иная деятельность, и... характер происходящих в них перемен, совместно оценивать положительные и отрицательные явления и события, сопровождающие эту деятельность, вырабатывать и непрерывно корректировать в ходе общественных перемен планы и способы совместных действий» [12, 25].

Традиционно считается, что глобальная смена модели общения — это прерогатива последних лет, связанная только с увеличением количества людей, имеющих доступ к Глобальной сети. При этом «узость» двустороннего коммуникационного канала «печатное издание — аудитория» становится особенно заметной. Однако стоит отметить, что российская история знает другое состояние этого типа взаимоотношений.

В советское время многочисленные сотрудники отдела писем «Комсомольской правды» ежедневно читали, сортировали, передавали письма и отклики авторам статей. На основе этих писем впоследствии появлялись материалы и целые рубрики типа «Письмо позвало в дорогу» и т. д. Е. Л. Вартанова отмечает, что во всех средствах массовой информации существовала практика «60 на 40»: каждый сотрудник газеты должен был обеспечить 60 % своей так называемой «выработки» за счет строк привлекаемых авторов и только 40 % — за счет своих собственных материалов. «Можно вспомнить и о газете “Правда”, которая придумала одну из первых в мире стратегий последовательного участия малограмотной массы в формировании газетных и журнальных материалов. Данная практика несла в себе постоянное расширение проблематики и тематической направленности периодики того времени и при этом способствовала развитию грамотности аудитории, т. е. выполняла часто упоминаемую сегодня функцию медиаобразования» [3, 168].

Опубликованные на различных европейских языках и имевшие оглушительный успех письма читателей из многих изданий периода перестройки (1985–1987) как раз и представляли собой то, что сегодня именуется «гражданской журналистикой». По мнению Е. Л. Вартановой и Н. И. Ажгихиной, популярная сегодня «гражданская журналистика» не является механическим результатом развития технологии, она присутствовала в российской системе средств массовой информации давно, просто в другом качестве [8, 31–40].

Исследователь В. Ф. Олешко отмечает, что «диалогичность является необходимым атрибутом, собственно говоря, условием жизнеспособности системы массово-коммуникативного обмена информацией в обществе» [Там же, 91]. И сегодня формат коммуникаций между массмедиа и аудиторией переживает трансформацию в этом направлении. Одной из новейших форм взаимодействия в медиасреде является привычная интернет-пользователю, но все еще новая для традиционных СМИ форма соучастия, представляющая собой не только и не столько возможность публиковаться, сколько способ социализации. Руководитель Школы эффективного текста Андрей Мирошниченко обращает внимание на трансформацию общественной жизни с трансляционной модели на модель, связанную с вовлечением: «Это обязанность. Публикуюсь — значит, существую. Многие люди, например, пишут в социальных сетях: три дня меня не будет. Буду на лыжах кататься, отдыхать — там нет Сети. Человек как бы извиняется» [4].

При этом все более уплотняющиеся информационные потоки оказывают негативное влияние на качество внимания потенциальных читателей: огромное количество поглощаемой ежедневно информации и постоянный цейтнот больших городов порождают новый вид читателей — активных, но невнимательных читателей-на-бегу. В своей работе «Объединяя необъединимое: возможна ли индустриальная теория журналистики?» Е. Л. Вартанова отмечает, что «аудитория стала не только более активной в выборе информации, но и сама начала принимать непосредственное участие в создании медиатекстов: комментариев, мнений, историй (нарративов), фото- и видеоматериалов. Такую аудиторию следует определять как активную, учитывая не только ее возможности и жела-

ние в выборе медиасодержания, но и ее вклад в редактирование медиаконтента, произведенного профессионалами, а также в создание собственного содержания» [2, 12].

В разрезе данных выводов представляет интерес классификация ролей активных читателей, проведенная Л. А. Браславец в плоскости исследования социальных сетей [1]. С точки зрения исследователя, активный посетитель социальных сетей может быть:

- 1) очевидцем, который публикует авторские материалы, посвященные событиям, свидетелем которых он являлся;
- 2) ретранслятором, который публикует информацию, полученную им от очевидцев события и обработанную им самим;
- 3) републикатором, который размещает на личной странице материалы, автором которых не является;
- 4) коллектором, который, в отличие от републикатора, публикует не сами материалы, а ссылки на них, как правило, с кратким комментарием;
- 5) организатором или координатором, который подготавливает или проводит социальную акцию на страницах сервиса социальных сетей;
- 6) комментатором, который может размещать на личной странице комментарии к материалам традиционных СМИ или самих сервисов социальных сетей;
- 7) экспертом, в том случае, когда предмет сетевой дискуссии находится в области его профессиональной компетенции;
- 8) сатириком, который предлагает аудитории сатирическое осмысление действительности;
- 9) публицистом, который выстраивает в своих текстах определенную систему образов, не лишая их опоры на факт.

Так или иначе, этот новый тип активных читателей рассчитывает на отклик, определенную реакцию своей аудитории. Мы склонны согласиться с мнением Андрея Мирошниченко: «Наверное, будущие медиа станут платформами не для авторов, а для читателей. Перелом, происходящий в СМИ, который мы сейчас наблюдаем, связан с такой переориентацией» [4]. Хотя эта точка зрения в связи с разнонаправленными интересами всей совокупности российской медийной аудитории, безусловно, не лишена и дискуссионности.

Данные процессы обуславливают популярность обсуждения проблемы формирования и развития в России системы медиаобразования (в форме как семинаров, вебинаров, круглых столов, онлайн- и оффлайн-курсов, так и классических университетских образовательных программ). Медиаобразование в этом случае может быть прежде всего способом повышения информационной грамотности аудитории. Эксперты в связи с этим отмечают, что проектирование системы медиаобразования в России является чрезвычайно важным направлением развития журналистики в стране: «Детей надо — одновременно творчески и практически — учить читать газеты, смотреть телевидение, как это делается во Франции, Нидерландах, Великобритании и Финляндии. Медиаобразование необходимо на предприятиях в форме, подобной той, которую применяло общество «Знание». Другими словами, надо пустить журналистов в народ. И воспитать,

в свою очередь, сеть самодеятельных корреспондентов из народа... Хорошо бы сделать такую экспериментальную программу, чтобы попытаться обучить этих гражданских журналистов, соединить их с журналистами профессиональными, из этого может получиться какой-то толк» [3, 65–81].

На основании описания новых моделей взаимодействия между российскими массмедиа и аудиторией можно сделать следующие выводы:

1. Развитие Интернета обусловило формирование нового типа средств массовой коммуникации, отличающихся гибкостью и оперативностью в освещении событий и отсутствием централизации, характерной для традиционных, «аналоговых» средств массовой информации;

2. Преодоление Россией всемирного финансового кризиса привело к увеличению покупательной способности потребителей, а также к стабилизации рынка периодической печати и появлению новых издательских платформ;

3. В результате процессов, происходящих в медиасреде, изменяются формы взаимодействия между средствами массовой информации и потребителями, а также система ценностей и приоритетов самой аудитории, что приводит к появлению нового вида читателя — активного соучастника.

Можно определить и оптимальную форму взаимодействия между аудиторией и средствами массовой коммуникации, заключающуюся в формировании отдельных специализированных информационных пространств, в которых аудитория будет иметь возможность:

— удовлетворять как коммуникативные, так и информационные потребности;

— реализовывать свой потенциал не только в роли потребителя информации, но и в роли коммуникатора, генерирующего качественный медийный контент;

— получать комплексную информацию из компетентных источников как в процессе восприятия медиасообщений, так и в процессе их создания;

— использовать весь спектр творческих форм и методов деятельности разнообразно с выполняемыми отдельными индивидуумами ролями;

— совершать двусторонний обмен опытом в ходе общения.

1. *Браславец Л. А.* Интернет-сервисы социальных сетей в современной системе средств массовой информации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aspirant.vsu.ru/ref.php?cand=1780> (дата обращения: 28.01.2013).

2. *Вартанова Е. Л.* Объединяя необъединимое: возможна ли индустриальная теория журналистики? // Ежегодник-2011: Экономика и менеджмент СМИ / под. ред. Е. Л. Вартановой. М., 2012. С. 12.

3. *Вартанова Е., Ажгихина Н.* Диалоги о журналистике. 2-е изд. М., 2012. С. 65–81.

4. *Касютин В.* Сеть или газета: кто кого? // Журналистика и медиарынок. 1012. № 4 [Электронный ресурс]. URL: http://www.jourmedia.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=241:2012-05-02-07-02-34&catid=64:2012-01-12-12-43-01&Itemid=34 (дата обращения: 28.01.2013).

5. *Корнилов Е. А., Корнилова Е. Е.* Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий: моногр. М., 2013.

6. Лим А. В. Специализированные издания как фактор развития бизнес-коммуникаций : дис. ... канд филол. наук. М., 2006.
7. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Актуальные проблемы современности и журналистика : учеб. пособие. 2-е изд. испр., и доп. СПб., 2009.
8. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество : учеб. пособие. М., 2005.
9. Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Екатеринбург, 2008.
10. Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития : отрасл. докл. Федерал. агентства по печати и массовым коммуникациям [Электронный ресурс]. URL: <http://fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2012/item3/main/custom/00/0/file.pdf> (дата обращения: 28.01.2013).
11. Тулунов В. В. Дизайн и реклама в системе типологических признаков российских газет: филологический, философско-психологический и творческий аспекты : дис. ... д-ра филол. наук. Краснодар, 2000.
12. Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М., 2002.
13. Bigmag : электрон. журн. URL: <http://bigmag.net/>

Статья поступила в редакцию 14.03.2013 г.

УДК 316.772 + 316.774:654.1

О. В. Павлович

ТРАНСФОРМАЦИЯ МАНИПУЛЯТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ОТ ОБЩИНЫ ДО ИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Рассматривается ретроспектива феномена манипуляции, доказывается его присутствие на всех этапах общественного развития, с момента появления в человеческом социуме процесса отчуждения, ставится под сомнение позиция исследователей, определяющих манипуляцию как общественное явление, возникшее в период капиталистической формации.

Ключевые слова: манипуляция, исторический подход, общественные формации, массовое сознание, социальные связи, отчуждение, производственные отношения, практика манипулятивных коммуникаций.

Манипуляция как элемент социального взаимодействия имеет свои специфические предпосылки формирования и исторические прецеденты. Принимая дефиницию понятия «манипуляция» как вида психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями [2,52], большинство исследователей этого феномена ориентируются на анализ современного состояния вопроса. Такая направленность не лишена оснований,

ПАВЛОВИЧ Олег Вячеславович — заведующий лабораторией коммуникационных технологий и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: Apis@k66.ru).

© Павлович О. В., 2013

поскольку актуальность темы многократно возросла именно за последние полвека, превратив ее в одну из глобальных проблем современного общества.

Существует ряд трактовок понятия манипуляции в ее исторической ретроспективе. Различные авторы выделяют в истории данного феномена различные периоды, этапы и моменты.

Н. Лимнатис, рассматривая манипуляцию в контексте развития производственных отношений, считает, что определение манипуляции как общественно-го явления справедливо, начиная лишь с капиталистического общества. До этого, с его точки зрения, в истории присутствовали лишь единичные и случайные практики манипулятивного воздействия. Лимнатис обосновывает развитие манипулятивных технологий появлением формальной свободы в обществе и формированием непосредственных производителей как относительно самостоятельных субъектов [6].

Согласно его логике, в более ранних общественных формациях манипуляция не была актуальной, поскольку основным способом социального взаимодействия в докапиталистических отношениях являлось открытое доминирование высших социальных слоев над низшими и принуждение низших классов производить некие действия в интересах представителей высшего сословия.

Заключения Н. Лимнатиса касаются одного из важнейших и дискуссионных вопросов манипуляции. Однако жесткая привязка этой проблемы к появлению всеобщего формального равенства и либерализации общественных структур, на наш взгляд, приводит исследователя к не совсем обоснованным выводам.

Поскольку анализ хозяйственных, политических, социальных особенностей древнего и средневекового обществ дает немало примеров манипуляций, нельзя отрицать их наличие в древних социумах.

Исторический подход определяет этапы становления манипулятивных технологий, их роли как способа социального управления в общественном развитии, причинно-следственные связи их возникновения, развития и трансформации.

Л. Васильева пишет, что характерной особенностью каждого общества является разрыв между задачами его нормального функционирования и полноценного развития индивида внутри социума [1]. Это противоречие, разрыв в целях и способах их достижения между индивидом и социумом, фактически не проявлялось в доклассовых формациях.

В общине, в силу неразвитости производственных отношений и ограниченности интересов индивида, его личные цели гармонизировали с общественными, составляя, по большей части, единый горизонт бытия. Важнейшим фактором этого альянса являлась теснейшая включенность человека в жизнь общины в составе генетически важнейших для него групп — семьи и рода. Таким образом, коллектив в этот период объединяла общность целей, не оставляющая места для столкновений частных интересов.

Переход к постобщинному производству, связанный с ростом производительных сил и общественным разделением труда, формирует частные интересы, которые, как правило, приобретают форму групповых и личностных. Таким

образом, в обществе происходит перераспределение деятельностных функций, результатом которого становится доминирование одних социальных, этнических или иных групп над другими.

С. Кара-Мурза определяет манипуляцию как способ господства путем духовного воздействия на людей через программирование их поведения. «Это воздействие направлено на психические структуры человека, осуществляется скрыто и ставит задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном *власти* направлении» [5, 30]. То есть практика применения техник манипулятивного воздействия активизируется с возникновением классовых обществ.

Первичной формацией в этом ряду оказывается рабовладельческое общество. Именно в нем берет свое начало принципиальная основа отчуждения. Характерной особенностью отношений в этом обществе является не собственность на средства производства, как это происходит в либеральной системе, а экспроприация личности самого производителя, т. е. превращение его в раба. Такая специфика рабовладельческого общества формирует важный для теории манипулятивных отношений вывод: в условиях данной формации манипуляция наравне с физическим насилием становится основным элементом социального взаимодействия. Формально связанная с принципиально отрицающей насилие свободой индивида, она создает иллюзию внесилового принуждения к решению различных вопросов в ситуациях, неразрывных с практикой отчуждения. Поэтому вряд ли можно согласиться с Лимнатисом, сводящим манипуляции на данном историческом этапе к отдельным случаям [6].

В истории практически всех войн Древнего мира присутствовали приемы манипулятивного воздействия, направленные на дестабилизацию обстановки на территории противника, подрыв морального духа войск и населения, поддержку оппозиции правящей власти. Все эти действия предпринимались исключительно с единственной целью: добиться реализации задач военных компаний с минимальным применением вооруженных сил, а то и вовсе без их участия.

Например, в период Греко-персидских войн 492–449 гг. до н. э. персы, стремясь к политической изоляции противника и нагнетанию антиправительственных настроений внутри Греции, успешно распространяли выгодную для них информацию посредством осевших при дворе персидского правителя греческих эмигрантов. В частности, спартанский царь Демарат через своих сторонников внутри Греции успешно манипулировал общественным мнением эллинов в пользу их персидских противников [4, 200].

Известно также свидетельство историка древности Геродота, который повествует о том, что афиняне, в свою очередь, чтобы предотвратить участие беглых ионийцев в действиях на стороне персидского царя Ксеркса, обращались к ним с высеченными на камнях посланиями, которые оставляли в местах, куда те приходили за пресной водой.

Сильнейшим инструментом манипулятивного воздействия в Древнем мире являлись слухи — постоянные спутники любых боевых действий. Будучи направлены на устрашение противника и его дискредитацию, они вносили разногласия в планы союзников и одновременно поднимали боевой дух воинов стороны субъекта манипуляций. Например, Ганнибал, не имея возможности

напасть на осадивших Капую римлян, попытался воздействовать на них слухами о своем намерении захватить Рим. Нападавшие не поверили и, в свою очередь, распустили слухи о том, что карфагенские солдаты, изнеженные в роскошном и наполненном соблазнами городе, давно перестали представлять из себя полноценную боевую единицу. Эта манипуляция воодушевила римских легионеров и тем самым способствовала скорейшему падению Капуи.

Иосиф Флавий в своем труде об истории иудейских войн рассказывает о том, что во время осады Иерусалима в 70 г. н. э. военачальник Тит ежедневно публиковал для сведения осажденных списки перебежчиков из блокадного города, а также свидетельства этих людей о том, что римляне к ним относятся вполне дружелюбно [8, 276].

Исторические хроники оставили немало подтверждений того, что манипуляции в Древнем мире были характерны не только для военной практики, но и межличностной сферы. Значительные материальные средства и интеллектуальные ресурсы использовались римскими политиками для манипуляций общественным сознанием граждан внутри страны.

В 61 г. до н. э. Гней Помпей распорядился пронести на триумфальном шествии, посвященном победе в восточном походе, две огромные таблицы, на которых перечислялись его заслуги в расширении границ империи вплоть до Ефрата, увеличении государственного годового дохода и победе над 22 царями [7, 49].

Объективно оценивая значение «печатного» слова как эффективного инструмента манипулятивного воздействия при реализации конвенциональной стратегии в процессе строительства собственного имиджа, Цезарь учредил первую в истории официальную газету (протокол сенатских заседаний «Acta senatus»), которая стала мощным средством формирования позитивного общественного мнения, в первую очередь вокруг военных и политических проектов самого Цезаря.

В числе других элементов манипулятивного воздействия на общественное мнение в тот период можно назвать проведенную Цезарем реформу календаря. Она в значительной степени ослабила позиции жречества как политической силы и мифологизацию биографий римских патрициев. Последовавшая в результате переоценка отдельных исторических фактов привела к формированию у населения положительного отношения к правящему режиму и его лидеру.

Кульминационным элементом манипулятивных стратегий древнего общества является обожествление императоров и распространение связанных с этим религиозных культов.

Вышеназванные векторы направленности манипулятивных стратегий типичны и для Средневековья. Однако их специфической чертой является клерикальная направленность: религиозные идеи, например, лежат в фундаменте манипулятивного обеспечения средневековых войн. Манипулятивные техники активно применялись обеими сторонами и в обострившемся конфликте между духовной и светской властями. Именно в это время возникают и получают стремительное распространение такие эффективные инструменты манипулятивного воздействия, как книгопечатание, первые периодические издания (газеты и журналы), а также официальная цензура.

Наиболее ярким в истории Средневековья примером использования самого широкого арсенала манипулятивных приемов является формирование Римско-католической церковью мотиваций христианского мира к необходимости Крестовых походов.

Осенью 1095 г. Папа Урбан II обратился к участникам Клермонского собора с эмоциональной речью, обосновывавшей необходимость исторгнуть мусульман с земли Гроба Господня. Наэлектризованные выступлением Папы делегаты, скандируя слова, которые позднее станут официальным девизом крестоносцев («Такова Божья воля!»), принялись незамедлительно нашивать на свою одежду красные кресты, становясь, таким образом, воинами Христа. Первым это сделал епископ Адемар, которого Папа и назначил предводителем похода [3, 60].

Урбан II гарантировал всем участникам отпущение грехов и пребывание в раю после смерти, но самое главное, по примеру манипуляторов Древнего Рима, обещал материальные блага: отсрочку долговых платежей и щедрую военную добычу на сельджукских землях. «Кто тут обездоленный и бедный, там будет радостный и богатый!» — благословил Крестовый поход Папа Римский.

Манипулятивная стратегия Крестового похода проявлялась в различных формах. Папская курия публиковала воззвания ко всему христианскому миру, рассылала энциклики значительным духовным и светским персонам. Папские легаты организовывали специальные центры, задачей которых являлось обеспечение пропагандистскими материалами огромной армии монахов-агитаторов, несущих по всем государствам христианской Европы идею освобождения Гроба Господня. Именно в этих центрах нашел свое первое применение изобретенный в XI в. способ печати с помощью деревянной матрицы с вырезанными на ней словами, в данном случае — призывом к очередному походу против мусульманского мира.

Эффективным инструментом манипуляции общественным сознанием, учитывая обостренную религиозность жителей христианской Европы, явились особо почитаемые клерикальные персоны, которые своим авторитетом воздействовали на формирование необходимых церкви мотиваций и личным участием подвигали религиозно настроенных сограждан становиться в ряды воинства Христа. Так, альменский отшельник Петр Пустынник не только стал идеологической иконой Первого крестового похода, но и лично возглавил так называемый Крестьянский крестовый поход. Римско-католическая церковь, используя такую форму манипулятивного воздействия, как легендирование, распространила по всему христианскому миру историю о том, что идея Крестового похода принадлежит не Папе Урбану II, а Петру Пустыннику, который, будучи паломником в Иерусалиме, заснул в церкви Святого Гроба, и явившийся ему во сне Спаситель благословил его пробудить сердца верующих и освободить Иерусалим от язычников [9, 351].

Не менее востребованными оказались манипуляции общественным сознанием в перманентных конфликтах между клерикальной и светской властью, сопровождавших всю историю Средних веков.

Особенно насыщенным различного рода манипуляциями оказался конфликт между французским королем Филиппом Красивым и Папой

Бонифацием VIII (1296–1302). Учитывая его предысторию, заключающуюся в организации французским монархом изготовления фальшивых монет с низким содержанием драгоценных металлов, что привело Европу к экономическому кризису, перевес в оценке общественного мнения для обеих сторон был крайне важен. Папа Римский активно манипулировал отлучением строптивого короля от церкви, Филипп IV, в свою очередь, настраивал против Папы европейских феодалов и обосновывал введение контрибуции с церкви в пользу мирских властей.

Историческая практика констатирует, что манипуляции в докапиталистический период использовались как в глобальном (межгосударственном) масштабе, так и в сегментах межличностных и межкультурных коммуникаций, причем регулярно, системно и на высоком для того времени профессиональном уровне.

Формирование капиталистических отношений в обществе обозначает совершенно иной этап в использовании манипуляционных технологий. Они переходят на качественно новый уровень, в сферу производственных отношений, и отсюда непосредственно или опосредованно влияют на все стороны человеческого бытия.

При переходе к индустриальному обществу происходит изменение сознания человека. Еще в конце XIX в. Э. Дюркгейм отметил характерную черту зародившихся капиталистических отношений — ослабляющий коллективное сознание чрезмерный индивидуализм [10].

В условиях отчуждения человека от человека осознание своего индивидуального начала выражается в превалировании личных интересов над общественными и в повышении роли частной собственности. Человеку становятся доступны все социальные связи, и эту доступность он использует для достижения личных целей.

Именно эти изменения становятся важнейшими предпосылками для принципиальной трансформации статуса манипуляции. Формальная, юридическая свобода обеспечила равенство всех агентов социальных связей и отвергла насилие как основной элемент взаимодействия. Соответственно, на первый план выступили более приемлемые для манипулятивной природы формы социальных контактов: начиная от сотрудничества и заканчивая соперничеством. В этих условиях манипуляция оказалась одним из основных коммуникативных элементов.

Таким образом, обобщая причинно-следственные связи, выдвинувшие манипуляцию на этом историческом периоде в разряд ведущих способов социального взаимодействия, необходимо выделить следующие факторы:

1. Изменившийся характер отчуждения. Капиталистический способ производства отвергает экспроприацию личности самого производителя, как неэффективную по своей сути в условиях формального равенства участников социальных взаимоотношений.

2. Относительно высокий уровень развития общественного сознания. Возможность и необходимость манипулирования имеет смысл только в том обществе, где индивиды имеют формальные права, свободы, возможность выбора и осознают это.

3. **Разрушение органических форм человеческого общежития**, которые, с одной стороны, существенно ограничивали свободу и сознание человека, но с другой — играли защитную функцию, удерживая сознание в лоне традиционных ценностей.

Вышеперечисленные факторы обеспечили формирование такой структуры общества, в которой социальные манипуляции занимают место одной из ведущих форм социального взаимодействия. При этом необходимо заметить, что переход к индустриальному обществу лишь наметил все вышеперечисленные процессы. Фактическое же их развитие заняло достаточно долгий период — с XVII по XIX в., в это время поступательно развивались и техники манипулятивных отношений.

Вместе с тем в процессе развертывания манипуляции в тотальную систему отношений современного мира нельзя не выделить еще один этап. Он охватывает непосредственно XX в., когда проблема манипулирования человеческим сознанием неоднократно актуализировалась отечественными и зарубежными исследователями. Она рассматривалась в рамках работ, посвященных философским, социологическим и психологическим аспектам политики и права, развития общества, индивидуальной и общественной психологии. Манипулирование массовым и общественным сознанием как научная и практическая проблема рассматривалась в рамках теорий журналистики и средств массовой коммуникации, политической и коммерческой рекламы, пропаганды, философской антропологии, социального управления и маркетинга. В последние десятилетия XX в. активизировались ее исследования как на академическом, так и прикладном уровнях.

В XX в. наиболее полно раскрылись все вышеперечисленные процессы, характерные для индустриального общества, что дало право некоторым исследователям не выделять этот этап как самостоятельный. Однако, на наш взгляд, именно последние сто лет привнесли в современное общество ряд чрезвычайно актуализировавших манипулятивные процессы новшеств:

1. **Радикальное ускорение развития технологий и научных знаний.** Этот процесс обеспечил объединение мира в единое социальное и информационное пространство, что придало манипуляции глобальные масштабы, при которых стерлись национальные, этнические и социальные границы и открылись гигантские возможности для передачи информации.

2. **Превращение информации в принципиальный аспект развития общества.** Отечественные и зарубежные исследователи определяют современное общество как информационное. Конечно, нельзя подменять его индустриальный характер понятием производства информации как главной движущей силы процессов общественного развития, поскольку базис современного общества все-таки индустриальный. Вместе с тем принципиальное увеличение роли информации в современном мире является непреложным фактом развития общества.

3. В XX в. процесс мирового объединения наконец достиг такого уровня, когда **появляется тотальность взаимовлияния локальных обществ, общества на индивида, и наоборот.**

Все это, в совокупности с расслоением человечества на классы и группы, следствием которого является принадлежность технологий и права на изготовление

и использование информации только некоторым из них, приводит к увеличению в современном обществе отчужденности, проникающей теперь фактически во все сферы, даже далеко отстоящие от традиционных сфер отчуждения.

Таким образом, если в иные исторические периоды манипуляция находилась в одном ряду с другими способами и формами социального взаимодействия, то в XX в. она приобретает тотальность. На ее основе строится система менеджмента, идеология, с ее помощью регулируются политические, экономические, моральные вопросы, она становится доминирующей в абсолютном большинстве сфер социальных отношений. Манипуляция проникает в сферу личной жизни, в сферу приватного, с помощью средств массовой информации появляется возможность их модификации и подчинения интересам манипулятора. Если ранее манипуляция частично подчиняла себе человека, отчуждала личность в процессе жизнедеятельности, то теперь она формирует отчужденную личность.

Отталкиваясь от социальных оснований манипуляции, мы делаем принципиальный вывод о том, что с момента появления в человеческом обществе отчуждения манипуляция как социальный феномен присутствует на всех этапах общественного развития. То есть манипуляция — категория историческая, имеющая объективные предпосылки возникновения и трансформации. С развитием социальных отношений в обществе меняется статусное положение человека, характер его включенности в процессы государственного, социального, культурного, экономического строительства и, как следствие, степень его становления объектом и субъектом манипуляций.

1. *Васильева Л.* Синергетический подход в теории элит и его использование при анализе политической элиты (на примере постсоветской России) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gumer.info> (дата обращения: 28.01.2013).

2. *Доценко Е.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб., 2003.

3. *Егер О.* Средние века. СПб., 1999.

4. История Древней Греции. СПб., 1999.

5. *Кара-Мурза С.* Власть манипуляции. М., 2009

6. *Лимнатис Н.* Манипулирование: сущность, проявление, пути снятия. М., 2000.

7. *Утченко С.* Древний Рим: События. Люди. Идеи. М., 1969.

8. *Фейхтвангер Л.* Иудейская война // Собр. соч. : в 6 т. М., 1989. Т. 4.

9. Эпоха крестовых походов. СПб. ; М., 1999.

10. *Durkheim É.* De la division du travail social. P., 1960.

Статья поступила в редакцию 15.02.2013 г.

УДК 070.23:316.62 + 316.772:004

**Д. Л. Стровский
Г. Саймонс****СМИ КАК ИСТОЧНИК ПРОПАГАНДЫ
(на примере освещения газетами «The New York Times»
и «The Washington Times» современной ситуации в Сирии)**

Исследуются сущность и приемы медиапропаганды, а также возможности их реализации на страницах американской печати в ходе развития нынешнего политического конфликта в Сирии. Авторы обосновывают тезис о том, что качественные СМИ, традиционно считавшиеся источниками взвешенной и всесторонней информации, сегодня демонстрируют высокий уровень политической ангажированности. Такая постановка вопроса является актуальной для понимания ключевых тенденций развития СМИ в условиях современной информационной глобализации.

Ключевые слова: политика, качественная пресса, информационные технологии, медиапропаганда, ангажированность СМИ.

Читавшие знаменитый роман Джорджа Оруэлла «1984», возможно, помнят фразы, написанные на стене Министерства Правды: «Война — это мир» и «Невежество — это сила». Происходящее в последние годы в сфере большой политики все чаще напоминает оруэлловский литературный гротеск. Казалось бы, мысль о том, что движение к миру и демократии возможно через междоусобицы и военные столкновения, окончательно дискредитировала себя в XX в., однако череда революций, пронесшихся в последние годы через Северную Африку и Ближний Восток, заставляет признать: их инициаторы плохо усвоили уроки прошлого. К этому выводу подводит, в частности, ситуация в современной Сирии, где местные повстанцы в лице представителей различных исламистских группировок пытаются сбросить режим президента Б. Асада. Вооруженная борьба, продолжающаяся с марта 2011 г. и унесшая к настоящему времени более 60 тыс. человек [4], как это обычно бывает, идет под лозунгами борьбы за свободу, демократию и гражданские права.

Любой социально-политический конфликт привлекает к себе внимание журналистов. Противостояние в Сирии по-прежнему занимает видное место в сводках новостей и аналитических обзорах мировых СМИ. Сложность сирийского конфликта определена комплексом социально-политических противоречий как в самой стране, так и во всем ближневосточном регионе и влияет на перспективу развития не только исламского мира, но и всей современной цивилизации.

СТРОВСКИЙ Дмитрий Леонидович — доктор политических наук, доцент, профессор кафедры истории журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: strovsky@mail.ru).

САЙМОНС Грэг — доктор философии, научный сотрудник Центра российских и евразийских исследований Университета г. Упсала (Швеция) (e-mail: gregmons@yohoo.com).

© Стровский Д. Л., Саймонс Г., 2013

Вместе с тем подавляющее большинство западных СМИ подходит к его освещению упрощенно, отрицая легитимность действующего сирийского президента Б. Асада. Он воспринимается как «душитель демократии» и инициатор многочисленных расправ над мирным населением. Одновременно эти же СМИ всецело поддерживают оппозицию, видя в ней защитника гражданских свобод в Сирии.

Оставляя за рамками данной статьи обсуждение вопроса о том, возможно ли в принципе установление гражданских свобод в современной Сирии, мы собираемся рассмотреть приемы информационного воздействия, используемые зарубежной прессой в ходе развития сирийской ситуации. Следует оговориться, что к настоящему времени уже существуют научные работы, анализирующие особенности формирования массового сознания и поведения в условиях политического конфликта [3, 5, 13, 19, 56]. Вместе с тем в современной гуманитарной науке по-прежнему недостает исследований, обращающих внимание на деятельность массмедиа в ходе развития этих ситуаций. Рассмотрение данной темы требует особого внимания, в первую очередь исходя из проникновения СМИ в социально-политическую ткань любого общества, их возможности влиять на мироощущение и поведение граждан.

Наибольший интерес в этом отношении представляет изучение качественной прессы, традиционно воспринимаемой на фоне других типов СМИ как источник надежной, проверенной, политически взвешенной информации [1, 2, 6, 9, 11, 23, 35, 41]. В какой мере это продолжает соответствовать действительности, в частности, в условиях развития политического конфликта? Постановка этого вопроса важна применительно к оценке роли и места массовой информации в современном обществе. Рассмотрение содержания качественной прессы в условиях нынешнего противостояния в Сирии позволяет сделать вывод об уровне ее объективности и степени ответственности перед своей аудиторией.

Качественная печать США с самого начала испытывала к сирийскому конфликту повышенный интерес. Это в значительной степени определяется геополитическими интересами Америки, ее стремлением сохранить традиционное политическое и экономическое влияние на Ближнем Востоке. Предметом нашего более пристального внимания стали две газеты: «The New York Times» и «The Washington Times». Их голос в оценке сирийской ситуации слышен отчетливо, главным образом по причине их приближенности к политическому истеблишменту Соединенных Штатов. Оба издания демонстрируют высокий уровень информированности, склонны к аналитике. Правда, география их распространения различна. Газета «The New York Times» распространяется во многих странах мира; «The Washington Times», напротив, нацелено в большей мере на аудиторию американской столицы и восточной части США. В связи с этим правильно утверждать, что газеты символизируют две важнейшие тенденции, присутствующие сегодня на мировом информационном рынке: усиление процессов глобализации и регионализации информационного пространства. Вместе с тем международная тема на страницах обоих изданий остается в числе наиболее актуальных. Названные факторы оправдывают выбор медийных ис-

точников для рассмотрения их роли в освещении политической обстановки в современной Сирии.

Публикации «The New York Times» и «The Washington Times» позволяют обозначить универсальные содержательные приоритеты, присущие современным СМИ при освещении любого социально-политического конфликта. В настоящее время в мире наблюдается процесс активного противостояния идеологий и политических интересов. СМИ также стремятся закрепить эти интересы в общественном сознании, что зачастую приводит к вытеснению объективности информации и замене ее информационными технологиями (хотя и не всегда заметными с первого взгляда). Под этими технологиями мы понимаем *устойчивые информационные доминанты, используемые с целью создания в массовом сознании устойчивой, безальтернативной картины мира для реализации определенных, чаще всего политических целей*. С учетом того, что наша современная цивилизация, включающая в себя политическую и массмедийную системы, характеризуется сегодня большим количеством неопределенностей, использование медиатехнологий видится закономерным проявлением современной жизни [31, 299].

Ведущей технологией, используемой СМИ в ходе освещения конфликтных ситуаций, является пропаганда, нацеленная на закрепление в сознании людей особой важности происходящего, на придание ему легитимного статуса, но вместе с тем разрушающая всестороннее познание действительности. Пропагандистский подход, как мы увидим ниже, присущ и «The New York Times», и «The Washington Times» при освещении событий в современной Сирии. Это развенчивает миф о взвешенности предоставляемой информации и формирует политизированную картину происходящего. Как конкретно это происходит, мы и рассмотрим в данной статье.

Медиапропаганда в условиях политической конфронтации: к теории вопроса

Понятие «пропаганда» до сих пор вызывает споры в академической среде, что определяется многообразием его смыслов. Вместе с тем большинство исследователей сходятся во мнении, что пропаганда искажает действительность в угоду определенным политическим ценностям. Как отмечал свыше полувека назад Дж. Браун, это происходит за счет «стремления человека или группы лиц манипулировать, нередко в завуалированной форме, сознанием других» [15, 11]. Спустя четыре десятилетия ему вторит Ф. Тейлор, воспринимающий пропаганду как «настойчивую попытку заставить людей думать и вести себя в соответствии с установленными нормами и правилами». «Хотя я признаю, — пишет он, — что пропаганда может активизироваться случайным или бессознательным образом, в подавляющем числе случаев она основывается на сознательных, выверенных и планируемых решениях и использует технику убеждения, предназначенную для достижения специфических целей — в угоду тем, кто организует этот процесс» [55, 6]. В свою очередь, М. Шабо (Shabo), также воспринимая пропаганду как особую технологию воздействия, отмечает несколько условий ее успешного развития. Это четко сформулированная «повестка

дня», стабильная по численности аудитория (объект пропаганды), необходимая аргументация и использование эмоционально окрашенной лексики в поддержку первоначальной идеи. Отсутствие какого-либо условия, по его мнению, снижает эффективность пропаганды [51, 5].

Ф. Тейлор и М. Шабо не затрагивают вопрос, какие условия способствуют развитию пропаганды. Отвечая на него, Э. Бернейз писал о том, что в повседневной жизни часто возникает разрыв между потребностями субъекта донести информацию и способностью аудитории ее воспринимать. Вследствие этого субъект воздействия вынужден прибегать не только к аргументации, но и к дополнительным эмоционально окрашенным приемам для привлечения внимания к себе и своим идеям [14, 126]. Данное суждение выглядит не совсем корректно, поскольку пропагандой чаще всего занимаются не те люди, которые иницируют идеи, а другие. Вместе с тем Э. Бернейз прав, говоря о том, что содержание пропаганды формируется так, чтобы ее предмет воспринимался аудиторией как благо. В связи с этим можно вспомнить У. Липмана, отмечавшего, что стабильное существование любого общества возможно на основе *политической воли*, исповедующей определенные идеи. Это «условие выживания» У. Липман относил не только к авторитарным, но и демократическим режимам. Консолидировать политическую волю, подчеркивал он, может именно пропаганда, используемая правительством для достижения своих целей [38, 3–23]. С ним соглашался впоследствии и Ж. Элюль, утверждавший, что любая демократия нуждается в целенаправленных информационных усилиях для поддержания своей репутации [20, 232]. Важно отметить, что перед лицом внешней угрозы СМИ любого государства (даже имеющего устойчивые институты демократии) действительно способны иницировать жесткие, безальтернативные идеи, реализуя тем самым определенный политический заказ. Более того, в ряде случаев они в состоянии развернуть целую информационную войну с самыми разрушительными последствиями.

Сказанное в полной мере соотносится с массмедийной практикой в США, где ценности демократии, свободы и гражданской ответственности, казалось бы, всегда воспринимались как непреложные. Однако в условиях любого международного конфликта, затрагивающего внешнеполитические и экономические интересы Соединенных Штатов, СМИ этой страны активизируют пропагандистские усилия, нацеленные на дискредитацию своих оппонентов и формирование патриотических настроений населения. При этом их деятельность определяется не только собственно редакционными интересами, но в первую очередь государственной политикой США.

Еще в годы Первой мировой войны в американском конгрессе был создан комитет по общественной информации (Committee for Public Information) — для контроля над информационной безопасностью нации. Ведомство стремилось убедить аудиторию в существовании «единственно правильного» решения в условиях возникновения конфликтной ситуации национального масштаба [17]. Этот комитет, в частности, подготавливал инструкции, запрещавшие публиковать информацию, которая могла нанести урон военно-политическому престижу Америки. Аналогичная структура действовала в США и в период Второй

мировой войны. Эта страна не является исключением из правил. Схожая пропагандистская практика реализуется и в Великобритании, причем не только в форс-мажорных ситуациях. Еще в 1912 г. министерство обороны этой страны направило в национальные СМИ первое ди-уведомление (D-notice), в котором высказывался запрет на публикацию информации, способной нанести ущерб национальным интересам. С тех пор, т. е. более столетия, эта система предупреждения журналистов продолжает функционировать. В министерских сообщениях фиксируются случаи нарушения информационной безопасности и меры, предъявляемые к СМИ как «нарушителям спокойствия». Журналисты же, в соответствии с Законом о государственной тайне, принятом еще в 1911 г., не имеют права самостоятельно заниматься расследованием информации, относящейся к вопросам обороны и боеготовности страны, не поставив при этом в известность военных. Это, соответственно, определяет содержание и тональность сообщений, появляющихся в СМИ. Аналогичная система предупреждения действует во всех странах Британского Содружества. Все это лишний раз подтверждает действенность ограничений на выполнение профессиональных обязанностей СМИ, накладываемых государственными институтами.

Любая страна, в том числе и демократически ориентированная, в ситуации реального или возможного ущерба своим национальным интересам прибегает к пропагандистским воздействиям посредством распространения определенной по содержанию информации. Этот фактор отмечают многие зарубежные исследователи, анализирующие деятельность СМИ. Примечательно, что еще в 1950-х гг. известный американский социолог У. Шрамм, исследовав особенности освещения новостей в разных странах, пришел к выводу о том, что содержание и тональность сообщений во многом зависят от политической повестки дня, которой придерживаются национальные правительства. Этот вывод он сделал на основе информации, появившейся 2 ноября 1956 г. в 14 газетах различных стран. Это был день, когда СССР осуществил ввод своих войск на территорию Венгрии, а Великобритания, Франция и Израиль находились в состоянии войны с Египтом. Вместе с тем, отмечает У. Шрамм, новости и комментарии, появившиеся в прессе разных стран по этому поводу, отражали исключительно внешнеполитические интересы своей страны, без попытки сравнительного анализа происходящего, учитывающего интересы всех участников отмеченных конфликтов [47]. Аналогичный вывод спустя почти сорок лет сделал С. Фосс, отмечавший на основе контент-анализа американской прессы, что ее новости служат отражением утверждаемой в обществе идеологии. Они продвигают определенные ценности, верования и дают интерпретацию тех или иных событий в соответствии с национальными интересами [22].

Влияние доминирующей в той или иной стране идеологии на политику национальных СМИ рассматривается в целом ряде работ [27, 43, 44]. Эксперты едины в своем мнении, что идеологические установки, транслируемые властью, влияют на восприятие обществом всех основных событий дня. СМИ, дополняет П. Сейб, вносят основную лепту в транслирование этих установок, в первую очередь посредством отбора соответствующей информации, подбора определенных «действующих лиц», использования определенных фотоиллюстраций и

ряда других содержательных приемов. Это особенно проявляется при описании военных действий. Объективность СМИ в данном случае нивелируется с самого начала, подменяясь суждениями о патриотизме, не имеющими ничего общего с реальным восприятием действительности [48, 31]. И если при восприятии многих вопросов внутренней политики журналисты проявляют самостоятельность и нередко оспаривают официальные мнения, то вопросы внешней политики они, как правило, воспринимают более согласованно, нередко становясь заложниками государственной пропаганды. Провозглашаемая «сверху» повестка дня предписывает, что показывать в СМИ и какие формы информирования и дискуссионности при этом использовать [7, 45]. Реальность, обозначившаяся за последние годы в СМИ, подтверждает актуальность приведенного суждения.

Медиаинформация по вопросам международной жизни во многом формируется на основе идеологической матрицы, предлагаемой госаппаратом и весьма ограниченной в своей интерпретации. Содержание этой информации, как правило, подтверждает внешнеполитические интересы того или иного государства. СМИ же в этом случае становятся *управляемыми* инструментами воздействия, а информационные сообщения, создаваемые ими, нередко оказываются творческой интерпретацией официальной точки зрения [30]. Сказанное напрямую относится к информации, транслируемой американскими СМИ во время военных конфликтов последних лет, в которые были вовлечены США. Примером может служить пропагандистская риторика этих СМИ в ходе военных действий в Косово, Ираке, Ливии, Афганистане и других странах.

Следует отметить, что качество пропаганды (не только в США, но и по всему миру) в последние годы существенно меняется. С одной стороны, она становится агрессивнее — ввиду мощного развития информационных технологий, возросшей политизации традиционных СМИ и их концентрации в руках все меньшего числа людей. С другой стороны, отношение к пропаганде в мировом сообществе становится критичнее, что подтверждается многообразием мнений, существующих в социальных сетях. Все это лишь усиливает значимость изучения пропаганды в современных условиях применительно к сфере массовой информации.

Американские философы Э. Херман и Н. Чомски отмечают несколько условий (или «фильтров»), стоящих на пути беспрепятственного движения такой информации. Это типологические характеристики СМИ (включающие в себя основную аудиторию, географию распространения, тематическую направленность); форма медиасобственности; уровень политической ангажированности СМИ, от которого зависят границы свободы мнений, дискуссионности; проводимая рекламная политика. Отмеченные условия, по мнению исследователей, определяют как общее содержание того или иного средства информации, так и степень его субординации с институтами государственной власти, что в конечном итоге усиливает или ослабляет возможности пропагандистского воздействия [28, 3–35]. Следует признать, однако, что даже самые благоприятные условия существования массмедиа не всегда гарантируют свободу массовой информации и нивелирование пропаганды. К примеру, во всех западных стра-

нах СМИ освобождены от формальной государственной опеки, и это, казалось бы, должно создавать основу для реализации информационной объективности как антипода пропаганды. Однако при этом многие СМИ ощущают прямое давление со стороны частного бизнеса (подчас не менее жесткое, чем со стороны государства), что сказывается на особенностях их редакционной политики.

Ярким примером тому служит пресса, находящаяся в собственности американского магната Руперта Мэрдока, который за несколько десятилетий существования своей гигантской медиаимперии «News Corporation» уволил более трехсот редакторов. От подчиненных Мэрдок требует безоговорочного подчинения своим установкам и при этом нередко прибегает к «телефонному праву», казалось бы, несовместимому с принципом защиты прав личности, активно отстаиваемому на Западе. Поэтому и СМИ, принадлежащие Мэрдоку, оказываются политизированными источниками информации, что неизбежно активизирует пропаганду. К примеру, как только сам Мэрдок публично одобрил вторжение американской армии и ее союзников по НАТО в Афганистан (в октябре 2001 г.), его СМИ начали тиражировать эту идею. То же самое происходило в преддверии военной операции США в Ираке (в марте 2003 г.). На страницах своей газеты «Таймс» Мэрдок инициировал появление нескольких редакционных статей в поддержку этих действий, обосновывая их необходимостью развития демократии и гражданского общества в Афганистане и Ираке. Возможно ли (и как именно) осуществить эти намерения, учитывая исторический опыт и современные политические реалии в этих странах, оставалось непонятным. Однако СМИ, входящие в «News Corporation», настойчиво лоббировали позицию Мэрдока, а вместе с ней и внешнеполитические интересы американской администрации [54, 36–49]. Игнорирование иных точек зрения по поднимаемым вопросам не оставляло сомнений в заданном характере информации на эту тему и отсутствии всестороннего исследования ситуации в этом регионе.

Приведенные примеры свидетельствуют о том, что деятельность современных западных, и в частности американских, СМИ, хотя и определяется конкуренцией, но в действительности часто подчинена жестким политическим установкам, препятствующим развитию плюрализма. В условиях открытой конфронтации, происходящей далеко от США, но затрагивающей их государственные интересы, эти СМИ неизбежно оказываются склонными к пропаганде (пусть даже одобренной идеями свободы, справедливости и гражданской ответственности). В итоге одной стороне журналисты оказывают безоговорочную поддержку, а другую воспринимают как одиозную, делая все, чтобы сформировать по отношению к ней ярко выраженную неприязнь [28, 37].

Информационная пропаганда может стимулироваться посредством нескольких приемов. Это сознательное утаивание одних фактов и выпячивание других; неточное или избирательное цитирование; манипулирование сознанием аудитории посредством ссылок на опросы общественного мнения и мнения экспертов, чьи взгляды совпадают со взглядами СМИ. Каждый из отмеченных приемов, распространенных в современной медиапрактике, усиливает дезинформацию, являющуюся одной из составляющих пропаганды. Результатом этого становится «смещенная реальность», которая внешне выглядит правдивой, но

в действительности далека от таковой. Использование на практике названных пропагандистских приемов затрудняет распознавание этой дезинформации и ограничивает дискуссионность [19, 55]. Это, в свою очередь, мешает аудитории стать равным участником информационного процесса.

Обозначив контуры пропагандистской деятельности в СМИ, перейдем к рассмотрению особенностей ее практической реализации — на примере освещения американской прессой гражданского конфликта в Сирии.

Пропагандистские приемы воздействия в газетах «The New York Times» и «The Washington Times»

На протяжении всего периода нынешней гражданской войны в Сирии оба издания, как уже отмечалось, не скрывают своего негативного отношения к режиму президента Б. Асада и активно поддерживают оппозиционеров, ставящих целью его свержение. Причина этого во многом определяется внешнеполитическими интересами США. Сирия всегда интересовала западный мир в первую очередь как источник богатейших запасов нефти. Приход к власти новых политических сил в этой стране, находящейся в условиях ярко выраженного социально-политического кризиса, воспринимается политическим и экономическим истеблишментом США как возможность перераспределения нефтяных ресурсов в свою пользу. Этот фактор накладывает отпечаток на редакционную политику названных американских СМИ.

За период с января 2012 г. по январь 2013 г., ставший предметом нашего исследования, в «The New York Times» и «The Washington Times» было опубликовано в общей сложности свыше 324 информационных и аналитических материала, посвященных сирийскому конфликту. Общее число публикаций позволяет представить основные приемы пропагандистского воздействия на читательскую аудиторию. Как именно проявили себя эти газеты?

Во-первых, «The New York Times» и «The Washington Times» на протяжении всего времени выглядели *избирательными в своих оценках*. Если представители оппозиции, воюющие с режимом президента Б. Асада, воспринимались ими как герои, то сам Асад и его окружение — как антигерои. Первые борются «за свободу и независимость своей страны», «не боятся угроз». Вторые же «цепляются за власть», готовы «потопить в крови» тех, кто отстаивает свободу и независимость страны [10, 37, 52, 57]. Для полноты восприятия сошлемся лишь на два высказывания «The New York Times». Описывая повстанцев, газета утверждает, что те готовы с решимостью «пожертвовать собой» только для того, чтобы остановить развитие кровавого режима Асада [53]. Говоря же о сирийской власти, обозреватель «The New York Times» Э. Барнард отмечает, что она «убивает своих детей, сжигает дотла их церкви и мечети, морально топчет своих людей» [12]. Уже эти оценки, используемые газетой, заставляют усомниться во взвешенности транслируемой информации. Показательно, что представители оппозиции не воспринимались «The New York Times» и «The Washington Times» как нарушители закона, хотя, выступая против действующей власти, они нарушали закон.

Во-вторых, оба издания не брезговали *вольной интерпретацией фактов*. Анализ содержания «The New York Times» и «The Washington Times» показал, что используемые газетами цифры жертв и материальных потерь в ходе проведения одних и тех же военных операций разнились. При этом отношение изданий к самим операциям определялось тем, какая сторона инициировала их. Если в гибели мирного населения оказывались повинными правительственные силы, то газеты обрушивали на них яростную критику. Ситуация становилась принципиально иной, когда мирные граждане гибли по вине оппозиционных сил: в этих случаях потери чаще всего воспринимались прессой как «незначительные». Газета «The Washington Times» однажды даже озвучила мысль о том, что погибшие могли быть переодетыми военнослужащими правительственных войск [39]. Вольное обращение с фактами также становилось заметным, когда пресса упоминала о реакции на сирийские события со стороны международного сообщества. При этом далеко не всегда уточнялось, какие именно структуры его представляют, насколько они правомочны в разрешении ситуации.

То, что «The New York Times» и «The Washington Times» прибегали к явной недоговоренности, подтвердила ситуация с уничтожением турецкого военного самолета на территории Сирии. Как только произошел сам инцидент, обе газеты поспешили обвинить Сирию в стремлении развязать агрессию против соседней страны [24, 45]. Однако в отмеченных материалах ничего не говорилось о том, почему турецкий лайнер оказался на территории Сирии, какова была цель его полета. Между тем сама Турция никогда не скрывала, что в сложившихся условиях скорее симпатизирует оппозиции, чем сирийскому правительству [32]. То, что эти факты не были связаны «The New York Times» и «The Washington Times» с произошедшим инцидентом, свидетельствует скорее о политической ангажированности прессы, нежели об ее стремлении сопоставить имеющиеся факты. Аналогичный вывод напрашивается и при рассмотрении другой ситуации. Начиная с января 2012 г., «The New York Times» и «The Washington Times» активно муссировали вопрос о наличии у Сирии оружия массового поражения. Обе газеты писали о том, что поставщиком этого оружия в начале 2000-х гг. был Ирак, возглавляемый в то время Саддамом Хусейном. Вместе с тем из имеющихся публикаций невозможно было понять, существует ли в действительности это оружие, что именно оно собой представляет, каковы его разрушительные возможности. Высказывались лишь многочисленные предположения со ссылкой на неопределенных западных экспертов и исследовательские группы. Данная информация порождала новую неопределенность, а пресса предпочитала добавлять все новые предположения, без какой-либо прочной системы доказательств.

В-третьих, в ходе освещения конфликта «The New York Times» и «The Washington Times» *некритично воспринимали понятия, связанные с ценностями демократии*, — такие как свобода (freedom), безопасность (security), гражданский выбор (civic choice), равенство (equality) и т. д. В публикациях, относящихся к Сирии, эти понятия использовались активно, но при этом избирательно. Если сирийский президент и его окружение выглядели людьми, «растаптывающими» ценности демократии, то повстанцы, наоборот, воспринимались их стойкими

защитниками [18, 25, 26]. При этом обе газеты игнорировали тот факт, что весь исторический опыт развития Сирии не мог сформировать в сознании ее народа устойчивые представления о демократии и свободах.

Содержательные приемы, используемые «The New York Times» и «The Washington Times», по существу, сводились к тому, чтобы разделить участников сирийского конфликта на тех, кто «с нами», и тех, кто «против нас». Эта логика приобретала на страницах газет расширительный смысл: «кровавому диктатору» Б. Асаду противостояли не только силы сирийской оппозиции, но и как бы всего международного сообщества — без уточнений, кто именно принадлежит к нему [21, 29]. В соответствии с этим страны, не высказывавшие готовность встать под знамена «цивилизованного мира», критиковались прессой. Среди них была и Россия, которая, по мысли, например, «The Washington Times», игнорирует «общепринятые гуманистические ценности». «Россия, — уточняла газета, — рискует утратить источник дохода и свое влияние на Ближнем Востоке, если сирийский президент Башар Асад потеряет власть. Это определяет две причины, почему Москва голосовала против резолюции ООН его наказать и продолжает поставлять Дамаску оружие» [8].

В данном случае вновь затруднительно говорить о взвешенной позиции «The Washington Times», поскольку газета не уточняла, что именно следует понимать под «общепринятыми гуманистическими ценностями», не давала читателям возможности ознакомиться с мнениями экспертов по этому поводу. Признавая проблему корректности высказываний, мы не ставим перед собой задачу защитить стратегию России на Ближнем Востоке. Наш взгляд сосредоточен лишь на исследовании особенностей конкретной медиаинформации, страдающей однобокостью показа.

Схожий подход обнаруживается и при рассмотрении вопроса оказания технической помощи правительству Сирии. Еще весной 2012 г. в ряде американских изданий была распространена информация о том, что российские военные советники в большом числе делегированы для консультирования сирийского правительства, и в частности, для контроля поставки вертолетов из России. И только 13 июня газета «The New York Times» упомянула, что речь идет о контракте, который действовал за несколько лет до этого и уже прекратил свое действие. Одновременно газета признала и свою причастность к распространению первоначальных сообщений на эту тему [46]. Справедливо полагая, что любая военная помощь сирийскому правительству извне лишь усилит эскалацию напряженности на Ближнем Востоке, «The New York Times» тем не менее довольно спокойно воспринимала саму возможность поставки оружия сирийским повстанцам. Об этом косвенно можно было судить по материалам, в которых вспоминался уже ушедший в историю конфликт в Ливии, в результате которого был убит лидер этой страны М. Каддафи. Одновременно газета не раз говорила о возможности военной интервенции против этой страны со стороны стран НАТО [36, 45]. Апофеозом поддержки этого сценария со стороны «The Washington Times» стала, на наш взгляд, колонка журналиста этой газеты А. Сена, в которой он в марте 2012 г. говорил, что применение военной интервенции против Сирии остается единственной возможностью принудить

к капитуляции режим Асада. Предлагался даже конкретный план подключения к решению этого вопроса не только союзников США по НАТО, но и таких стран, как Саудовская Аравия, Объединенные Арабские Эмираты, Иордания и Катар [50]. Трудно отрицать провокационный характер подобных суждений, тем более что сама газета не посчитала для себя возможным привлечь к обсуждению этого вопроса экспертов.

Анализируя ситуацию в Сирии, «The New York Times» и «The Washington Times» не только поднимали военно-политические вопросы, но и обращали внимание на поведение и характеры президентской четы — Башара Асада и его жены Асмы Асад. Так, сирийский президент характеризовался как «грубый» (brutal), «безжалостный» (repressive). Например, «The New York Times» вспоминала об его личной ответственности за развязывание войны против своего народа [33]. В свою очередь, в комментарии «The Washington Times» отмечалось, что Асад лично позаботился о призыве на военную службу несовершеннолетних для защиты своего режима, закрывает глаза на факты сексуального насилия военнослужащих своей армии в районах боевых действий [40, 49]. Что же касается жены сирийского президента, то она награждалась ироничными, порой даже саркастичными оценками. Асме Асад, отмечалось в «The New York Times», присуще желание заявлять о себе как о светской даме, читать модные зарубежные журналы, но в условиях обнищания сирийского населения такие пиар-усилия вызывают не что иное, как «общественное недоверие», «насмешку», «сарказм» [16, 34, 42].

На основе этой и других публикаций можно утверждать, что образ жизни и поведение президентской четы воспринимались газетой как воплощение несостоятельной морали всего обеспеченного класса Сирии, несущего ответственность за трагедию страны. Вместе с тем такой подход выглядит излишне упрощенным, и не позволяет ответить на вопрос, за счет чего президенту Асаду удалось победить на последних президентских выборах, имея несколько политических конкурентов. Одновременно обращает на себя внимание то, что суждения журналистов обоих изданий базировались только на высказываниях противников действующей власти, иных мнений не было. И это делало восприятие действительности суженым, лишенным полноценной фактической основы.

Рассмотрев приемы пропагандистского воздействия, используемые «The New York Times» и «The Washington Times», можно утверждать: в освещении сирийского конфликта они проявили себя политически ангажированными изданиями, которым свойственно упрощенное восприятие ситуации. Содержательный контекст в отношении этой страны с самого начала был определен в первую очередь политической мотивацией и поэтому игнорировал изложение различных взглядов на происходящее. Обе газеты безоговорочно поддержали повстанцев, видя в них альтернативу действующему политическому режиму в Сирии. Столь однозначный и неприкрыто политизированный подход разрушает устойчивые стереотипы в отношении американской качественной прессы как объективного источника информации, стремящегося к глубокому, аналитическому отражению действительности.

Выводы

То, что в угоду внешнеполитическим интересам США СМИ этой страны готовы исказить смысл происходящего в Сирии, косвенно признал работавший там американский фотожурналист Роберт Кинг. Когда репортер «The New York Times» поинтересовался у него, в какой мере возможен приход к власти «активных исламистов» (к чему призывают сегодня противники действующего режима), тот ответил, что сама оппозиция не очень стремится к победе. «Религиозная карта» нужна повстанцам в первую очередь не для реализации демократии и искоренения коррупции, а для того, чтобы регулярно получать финансовую помощь от своих зарубежных «братьев», заключил Р. Кинг [12]. Публикуя это признание, газета, получается, сама косвенно признается в том, что ее стремление к дискредитации власти сирийского президента Б. Асада в определенной мере носит заказной характер, имеющий мало общего с всесторонним восприятием сирийской действительности. Голос «The New York Times» при оценке данной ситуации во многом сливался с голосом «The Washington Times», чья информация также носит во многом ангажированный характер и демонстрирует свою подчиненность американским стратегическим интересам, нацеленным на изменение существующей власти в Сирии.

Политика обоих изданий в отношении «сирийского вопроса» во многом является подтверждением меняющейся роли СМИ в современных условиях. Нынешняя глобализация политического и информационного пространств уже привела к тому, что даже самые авторитетные и влиятельные СМИ постепенно утрачивают редакционную самостоятельность, реализуя упрощенные информационные технологии. Это выражается, в частности, в использовании пропагандистских приемов воздействия, вступающих в ярко выраженное противоречие с объективным отражением действительности. В создавшихся условиях газеты «The New York Times» и «The Washington Times» выглядят инструментом формирования определенной повестки дня, реализуемой с учетом внешнеполитических интересов США. Сама информация в этом случае перестает быть социально ориентированной, способной обеспечить полноценный диалог между СМИ и аудиторией.

Следует оговориться: сделанные нами выводы не распространяются на политику «The New York Times» и «The Washington Times» в целом, поскольку она не может рассматриваться на основании только одного изученного вопроса. Вместе с тем сирийский конфликт был и остается ключевой темой в обоих изданиях, а следовательно, позволяет сделать выводы относительно содержательной политики этих СМИ. Представляется также, что публикации по этому поводу, увидевшие свет в обеих газетах, создают основу для определения информационных тенденций, присущих массмедиа во всем мире. Они во многом подтверждают идейную конфронтацию между различными странами, обозначившуюся в последние годы и накладывающую зримый отпечаток на политизацию информации. Сложившаяся ситуация также позволяет лучше понять особенности функционирования пропагандистского механизма в современных условиях и роль СМИ как ключевого инструмента его реализации.

1. *Беллов С. И.* Четвертая власть: британская модель. М., 2002.
2. *Михайлов С. А.* Журналистика Соединенных Штатов Америки. СПб., 2004.
3. *Примаков Е. М.* Ближний Восток на сцене и за кулисами. М., 2012.
4. BBCRussian.com: ООН оценивает общее число жертв в Сирии в 60 тысяч человек [Электронный ресурс]. URL: <http://news.rambler.ru/17044513/>, 2.01.2013 (дата обращения: 10.02.2013).
5. Системный мониторинг глобальных и региональных рисков: арабская весна 2011 года / под ред. А. В. Коротаева, Ю. В. Зинькиной, А. С. Ходунова. М., 2012.
6. *Стровский Д. Л.* Лейбористская партия Великобритании и ежедневная национальная печать : дис. ... канд. ист. наук / МГУ. М., 1993.
7. *Altheide D. L.* Creating Fear: News and the Construction of Crisis. N. Y., 2002.
8. Analysis: Russia Clings to a Crucial Power Base in Syria Uprising [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 17 June. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/jun/17/russia-clings-to-a-crucial-power-base-in-syria-upr> (accessed: 18.06.2012).
9. *Baistow T.* Fourth-Rate Estate. L., 1985.
10. *Bakra N.* United Nations Says Unrest in Syria Amounts to Civil War [Electronic resource] // The New York Times. 2011. 1 Dec. URL: http://www.nytimes.com/2011/12/02/world/middleeast/united-nations-says-syrian-unrest-amounts-to-civil-war.html?_r=0 (accessed: 13.02.2013).
11. *Baker C. E.* Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters. N. Y., 2007.
12. *Barnard A.* A Rare View of Conflict in Syria [Electronic resource] // The New York Times. 2012. 13 June. URL: <http://lens.blogs.nytimes.com/2012/06/13/a-rare-view-of-conflict-in-syria/> (accessed: 13.06.2012).
13. *Bennett W. L., Lawrence R. G., Livingstone S.* When the Press Fails: Political Power and the News Media From Iraq to Katrina. Chicago, 2007.
14. *Berneys E.* Propaganda. N. Y., 2005 (original 1928).
15. *Brown J. A.* Techniques of Persuasion: From Propaganda to Brainwashing. L. ; N. Y., 1964.
16. *Carter B., Chozick A.* Syria's Assads Turned to West for Glossy PR [Electronic resource] // The New York Times. 2012. 10 June. URL: <http://www.nytimes.com/2012/06/11/world/middleeast/syrian-conflict-crcks-carefully-polished-image-of-assad.html?pagewanted=all> (accessed: 11.06.2012).
17. *Creel G.* How We Advertized America: The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information That Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe. Lexington (KY), 2010 (original 1920).
18. *Cohen R.* Intervene in Syria [Electronic resource] // The New York Times. 2013. 4 Febr. URL: http://www.nytimes.com/2013/02/05/opinion/global/roger-cohen-intervene-in-syria.html?smid=tw-share&_r=0 (accessed: 6.02.2013).
19. *Dimaggio A. R.* Mass Media, Mass Propaganda: Examining America's News in the «War of Terror». Lanham (MD), 2009.
20. *Ellul J.* Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. N. Y., 1973.
21. *Fahim K., Saad H.* A Faceless Teenage Refugee Who Helped Ignite Syria's War [Electronic resource] // The New York Times. 2013. 8 Febr. URL: <http://www.nytimes.com/2013/02/09/world/middleeast/a-faceless-teenage-refugee-who-helped-ignite-syrias-war.html?ref=syria> (accessed: 14.02.2013).
22. *Foss S.* Rhetorical Criticism: Exploration and Practice. Prospect Heights, Chicago (IL), 1996.
23. *Franklin B.* Packaging Politics. L. ; N. Y., 1994.
24. *Hacaoglu S.* NATO to Meet over Downing of Plane by Syria [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 24 June. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/jun/24/turkey-calls-nato-meeting-over-syria/> (accessed: 25.06.2012).
25. *Hacaoglu S., Karam, Z.* Syrian Army Cuts off Lifeline to Thousands [Electronic resource] // Ibid. 2011. 19 June. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2011/jun/19/syrian-army-tightens-grip-near-turkish-border/?page=all> (accessed: 28.11.2012).

26. *Hadid D.* Syrian VP Calls for Transition to Democracy [Electronic resource] // Ibid. 2011. 10 July. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2011/jul/10/syrian-vp-calls-transition-democracy> (accessed: 25.06.2012).
27. *Haque M.* Elements of Cross-Cultural Communication and the Middle-East // Y. R. Kamalipour (ed.). The U. S. Media and the Middle East. Westport (CT), 1995. P. 16–24.
28. *Herman E. S., Chomsky N.* Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. N. Y., 2002.
29. *Hogan C.* Syrian Christians Feel the Pull of Both Sides in Civil War [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 1 Oct. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/oct/1/syrian-christians-feel-pull-from-both-sides-in-civ/?page=all> (accessed: 14.02. 2013).
30. *Johnson-Cartee K. S.* News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality. N. Y., 2005.
31. *Joon S. L.* Global Integration or Local Responsiveness? Multinational Corporations' Public Relations Strategies and Cases // G. J. Golan, T. J. Johnson, W. Wanta (eds.) International Media Communication in a Global Age. N. Y., 2010. P. 299–318.
32. *Khalaf R.* Arming of Syria Rebels Gains Momentum [Electronic resource] // Gulf News. 2012. 13 June. URL: <http://gulfnews.com/news/region/syria/arming-of-syria-rebels-gains-momentum-1.1033593> (accessed: 18.06.2012).
33. *Kirkpatrick D. D., Sanger D. E.* UN Suspends Syria Mission, Citing Increase in Violence [Electronic resource] // The New Times. 2012. 16 June. URL: <http://www.nytimes.com/2012/06/17/world/middleeast/un-suspends-its-mission-in-syria-citing-violence.html?pagewanted=all> (accessed: 17.06.2012).
34. *Kennedy E. A.* Syria's First Lady No Longer Idolised: British Born Mother of Three Now Denounced as Part of the Brutal Regime [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 27 March. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/mar/27/syrias-first-lady-no-longer-idolized/?page=all> (accessed: 14.02.2013).
35. *Koss S.* The Rise and Fall of the Political Press in Britain. L., 1990.
36. *Landler M., MacFarquhar, N.* Heavier Weapons Push Syrian Crisis Towards Civil War [Electronic resource] // The New York Times. 2012. 12 June. URL: <http://www.nytimes.com/2012/06/13/world/middleeast/violence-in-syria-continues-as-protesters-killed.html?pagewanted=all> (accessed: 14.06.2012).
37. *Lee M.* Obama: US Recognises Syria's Main Rebel Group [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 11 Dec. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/dec/1/obama-us-recognizes-syrias-main-rebel-group/?page=all> (accessed: 13.02.2013).
38. *Lippmann W.* Public Opinion. N. Y., 1997 (original 1922).
39. *Mroue B.* Syrian TV Says Gunmen Kidnapped and Killed 25 [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 22 June. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/jun/22/syrian-tv-says-gunmen-kidnapped-and-killed-25/> (accessed: 25.06.2012).
40. *Mroue B., Hadid D.* Syria Observer Chief Says Derails Mission [Electronic resource] // Ibid. 15 June. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/jun/15/syria-observer-chief-says-violenced-hinders-mission/> (accessed: 16.06.2012).
41. *Oates S.* Introduction to Media and Politics. L., 2009.
42. *Picket K.* Flashback – Vogue Ran Loving Profile of Syrian First Lady as Syrian Gov't Slaughtered its People [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 3 Dec. URL: <http://www.washingtontimes.com/blog/watercooler/2012/dec/3/picket-report-obama-considering-ana-wintour-ambass/> (accessed: 14.02.2013).
43. *Reese S.* Framing Public Life: A Bridging Model of Media Research. The Convergence of Agenda Setting and Framing // S. Reese, O. Candy, A. Grant (eds.). Framing in the New Media Landscape. Mahwah (NJ), 2001. P. 7–31.
46. *Schudson M.* The Power of the News. Boston (MA), 1995.
45. *Schmitt E.* CIA Said to Aid in Steering Arms to Syrian Opposition [Electronic resource] // The New York Times. 2012. 21 June. URL: <http://www.nytimes.com/2012/06/21/world/middleeast/>

cia-said-to-aid-in-steering-arms-to-syrian-rebels.html?nl=todaysheadlines&emc=edit_th_20120621 (accessed: 25.06.2012).

46. *Schmitt E., Landler M., Kramer A.* Copters in Syria May Not be New, US Officials Say [Electronic resource] // Ibid. 13 June. URL: <http://www.nytimes.com/2012/06/14/world/middleeast/copters-in-syria-may-not-be-nmew-us-officials-say.html?pagewanted=all> (accessed: 14.06.2012).

47. *Schramm W.* One Day in the World's Press: Fourteen Great Newspapers on the Day of Crisis. Stanford, CA, 1959.

48. *Seib P.* Beyond the Front Lines: How the News Media Cover a World Shaped by the War. N. Y., 2004.

49. *Sen A. K.* Russia, China Veto UN Resolution on Syria, 250 Killed in Homs [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 4 Febr. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/feb/4/assad-forces-commit-massacre-syrian-city/?page=all> (accessed: 14.02.2013).

50. *Sen A. K.* 2 Senators Join McCain's Call for Intervention in Syria [Electronic resource] // Ibid. 6 March. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/mar/6/2-senators-join-mccain-call-intervention-syria/>, (accessed: 24.02.2013).

51. *Shabo M. E.* Techniques of Propaganda and Persuasion. Clayton (DE), 2008.

52. *Shaikh S.* Preventing a Syrian Civil War [Electronic resource] // The New York Times. 2011. 12 Oct. URL: <http://travel.nytimes.com/2011/10/13/opinion/preventing-a-syrian-civil-war.html> (accessed: 13.02.2013).

53. *Slaughter A.* How to Halt the Butchery in Syria [Electronic resource] // Ibid. 2012. 12 Febr. URL: <http://www.nytimes.com/2012/02/24/opinion/how-to-halt-the-butchery-in-syria.html> (accessed: 24.02.2013).

54. *Snow N.* Information War: American Propaganda, Free Speech, and Opinion Control Since 9/11. N. Y., 2003.

55. *Taylor P. M.* Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day. Manchester, 2003.

56. War and the Media: Reporting Conflict 24/7 / D. Thussu & D. Freedman (eds.). L., 2003.

57. *Wong K.* US Prepares Basic Plans to Attack Syria [Electronic resource] // The Washington Times. 2012. 7 March. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/mar/7/us-prepares-basic-plans-attack-syria/?page=all>, (accessed: 13.01.2013).

Статья поступила в редакцию 27.02.2013 г.

УДК 070.3 + 316.77 + 070.12:070.22

Ю. В. Чемякин

КОРПОРАТИВНАЯ ПРЕССА: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ, ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ, СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Исследуются основные критерии, позволяющие относить то или иное издание к корпоративной прессе. Дается определение корпоративных СМИ, вводятся такие понятия, как «ядро» и «периферия» корпоративной прессы, рассматриваются их особенности и современные «типологические трансформации».

Ключевые слова: корпоративная пресса, корпоративные коммуникации, типологические особенности, система СМИ, современные тенденции.

Корпоративная пресса в настоящее время является одним из наиболее активно развивающихся типов СМИ в России, важным сегментом информационного пространства страны.

Несмотря на серьезное научное изучение и теоретическое осмысление данного типа прессы, недостаточно разработанным (либо дискуссионным) остается ряд важнейших теоретических вопросов [7]. К ключевым, не решенным до сих пор теоретическим проблемам можно отнести определение объема и границ понятия «корпоративная пресса».

Каковы критерии, позволяющие называть то или иное издание корпоративным? Где проходит тот невидимый рубеж, за которым заканчивается корпоративная пресса и начинаются уже другие типы СМИ? Эти вопросы и рассматриваются в данной статье, также на основе проведенного исследования дается определение корпоративных изданий.

По нашему мнению, такие издания имеют целый ряд характерных особенностей, важных отличий от остальных СМИ: в сфере субъекта коммуникации (их учредителя, владельца), в сфере основных функций, целей и задач, самопозиционирования редакций, используемых жанров, условий существования, а также (хоть здесь отличия и не столь существенны) в сфере аудитории и тематики.

Итак, на основании работ разных авторов и собственных исследований выделим основные признаки «классических» корпоративных СМИ.

Их учредителями, как правило, выступают компании или организации, для которых данный (издательский) вид деятельности является непрофильным. Иными словами, учредителями обычно выступают не издательства, не медиахолдинги, а заводы, торговые сети, фармацевтические фирмы, банки, компании сотовой связи, предприятия индустрии красоты, учебные заведения, музеи и другие компании, организации, не связанные напрямую с издательским бизнесом. Они могут быть самыми разными по величине, сфере деятельности, форме

ЧЕМЯКИН Юрий Владимирович — кандидат политических наук, доцент кафедры истории журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: chemyakin1977@yandex.ru).

© Чемякин Ю. В., 2013

собственности: коммерческие компании, государственные компании, муниципальные учреждения, некоммерческие объединения [8]. Отметим при этом, что создаваться данные СМИ (по заказу учредителей и в тесном взаимодействии с ними) могут и профессиональными издательствами, в том числе специализирующимися именно на выпуске корпоративных изданий, как, например, московские компании «МедиаЛайн» или «Фабрика журналов».

Следующее важное свойство корпоративных медиа: хотя внешне они и обладают всеми признаками СМИ, но по сути своей являются инструментами управления; управленческая функция — их важнейшая социальная функция [4, 85].

Корпоративные издания выражают и защищают интересы конкретных компаний-учредителей (а не общества в целом или больших социальных групп, защитниками интересов которых позиционируют себя обычно остальные СМИ), в первую очередь владельцев и руководства этих компаний. Причем отличительной чертой корпоративных медиа является то, что они и не скрывают своей зависимости; они явно, открыто ангажированные. Эти издания обычно подчеркивают свою принадлежность к конкретным компаниям различными способами, такими как размещение логотипа компании на обложке, использование фирменных цветов, обращение руководителя корпорации вместо колонки редактора и т. д. [3].

Редакторы и сотрудники этих СМИ сами считают и называют их корпоративными [9, 129]. Самопозиционирование может проявляться в разных формах. Если по решению учредителя и редактора на обложке издания или в выходных данных указано, что оно является корпоративным изданием такой-то фирмы (как очень многие и делают), — сложно не признать издание таковым. Это яркий и бесспорный пример самопозиционирования СМИ в качестве корпоративного. Например, в газете «ВРЕМЯ СГМ» и на первой полосе, и в выходных данных указано, что это «корпоративная газета» ООО «Стройгазмонтаж» (издается в г. Москве). В качестве варианта может просто указываться, что это издание такой-то компании (например, «За победу!» — «газета открытого акционерного общества “Уральский завод транспортного машиностроения”», г. Екатеринбург). Участие в конкурсе или конференции корпоративных медиа, обмен опытом в сборнике, посвященном проблемам корпоративных СМИ, и т. п. — это также примеры явного, легко определяемого самопозиционирования издания в качестве корпоративного медиа. Кроме того, сотрудники корпоративной прессы в деловом и личном общении обычно называют свое СМИ корпоративным, сами воспринимают его таковым. Это тоже самопозиционирование, хотя и не столь отчетливое, сложнее определяемое.

Корпоративные издания призваны содействовать развитию своих компаний-учредителей, успешному решению стоящих перед ними задач [9, 128]. Задачи эти могут быть разнообразными (например, формирование корпоративной культуры, внедрение определенных ценностей и моделей поведения, укрепление лояльности к компании и ее руководству, мотивация персонала на добросовестный труд, удержание имеющихся клиентов), но это уже детали. Важно, что все эти задачи не из сферы журналистики, а из сферы интегрированных корпоративных коммуникаций (PR, GR, рекламы, маркетинга и т. д.) [6, 9].

Отметим, что среди многочисленных конкретных задач, выполняемых самыми разными корпоративными изданиями, есть как минимум одна, которая стоит перед ними всеми (зачастую являясь главной) и наличие которой характерно именно для данного типа СМИ. Речь идет о формировании положительного имиджа компании-учредителя.

Следующей характерной особенностью корпоративных изданий, тесно связанной с предыдущей, является то, что, наряду с журналистскими жанрами, они используют и жанры PR, например, бэкграундер, факт-лист, биографию, лист вопросов-ответов, имиджевую статью, имиджевое интервью и др. Один из наиболее активно используемых жанров PR — байлайнер, который во многих корпоративных изданиях заменяет колонку редактора. «Байлайнер (от англ. By-liner) обычно определяется как именная, или авторская, статья, написанная PR-специалистом и мнимо подписанная должностным лицом фирмы, организации» [2, 162]. Так, например, каждый номер вестника «AVS News», издающегося инвестиционной компанией «AVS Group» (г. Екатеринбург), открывается обращением к читателям председателя совета директоров данной компании В. Б. Савельева, хотя ясно, что не он сам пишет эти тексты. Вообще, использование мнимого или скрытого авторства (часто встречающееся в корпоративной прессе) является характерной особенностью PR-текстов [5, 157]. Отметим при этом, что даже тексты, написанные в журналистских жанрах, в корпоративных изданиях обычно обладают всеми важнейшими свойствами PR-информации, такими как инициированность, селективность и оптимизированность.

Корпоративные медиа — это обычно не самостоятельный бизнес (медиа-бизнес), а один из инструментов ведения основной деятельности, основного бизнеса компаний, «вспомогательное» направление деятельности [1, 51]. Хотя некоторым корпоративным СМИ удается зарабатывать деньги (за счет привлечения коммерческой рекламы и/или платной реализации тиража), выходить на частичную либо полную самоокупаемость, даже в отдельных случаях приносить прибыль (яркий пример — бортовые журналы авиакомпаний). Но это обычно не является их главной задачей, так как возможность существования корпоративных СМИ и их редакций не связана напрямую с их финансовой успешностью (в отличие от большинства других средств массовой информации). Конечно, политика разных учредителей корпоративных изданий в этом плане разная. Большинство вообще не ориентируют редакции своих корпоративных СМИ на зарабатывание денег (или даже запрещают это делать), другие — поощряют подобные действия редакций, чтобы облегчить финансовую нагрузку по их содержанию. Но в любом случае учредители (владельцы) корпоративных изданий по мере возможности субсидируют эти СМИ и «не дают им умереть», даже если они являются убыточными проектами. Ведь главное, что требуется от них — быть эффективными инструментами управления.

Одним из важных следствий этого является то, что корпоративные СМИ существуют обычно вне ситуации прямой рыночной конкуренции [6, 15], хотя бывают случаи, которые можно считать частичным исключением из данного правила. Например, издания градообразующих предприятий, которые в последние

годы все чаще выходят за пределы своих заводов, стремятся стать по характеру информации, освещаемым темам и охвату аудитории городскими изданиями. Разумеется, для достижения этого им приходится вступать в реальную конкурентную борьбу с другими СМИ, существующими в данных населенных пунктах: «отвоевывать» у них рекламодателей, читателей (зрителей, слушателей), рынки сбыта и т. д. И некоторые корпоративные СМИ успешно с этим справляются. Так, газета Магнитогорского металлургического комбината «Магнитогорский металл» изначально была заводской многотиражкой, но затем, по сути, «переросла» в городскую газету. Сейчас она занимает лидирующее среди газет Магнитогорска место по тиражам. Конечно же, не всех радуют успехи подобных изданий. Так, сотрудники других магнитогорских СМИ в общении с автором сетовали, что конкуренция, по их мнению, получается нечестная, ведь «за спиной» «Магнитогорского металла» стоит огромный комбинат, оказывающий своей газете разнообразную (в том числе материальную, административную) поддержку.

Классическая рыночная конкуренция применительно к корпоративным СМИ чаще всего бывает не прямой, а опосредованной: она существует не между самими изданиями, а между их учредителями или издателями, которые действительно могут являться прямыми конкурентами друг другу. Например, на московском рынке корпоративных медиа существует жесткая конкуренция между компаниями, оказывающими услуги по производству корпоративных изданий «на заказ».

Наконец, отметим, что корпоративные издания относятся не к универсальным («для всех и обо всем»), а к специализированным СМИ (специализация может происходить как по аудитории, так и по тематике, либо, как бывает чаще всего, по тому и другому критерию одновременно). Корпоративные СМИ обычно не имеют массовой аудитории; ее характеристики (социально-демографические, интересы, стиль жизни и др.), как правило, достаточно четко очерчены. В целом степень специализированности может быть разной: некоторые корпоративные медиа достаточно близки к универсальным, общественно-политическим изданиям, как, например, упомянутая газета «Магнитогорский металл», газета «Огнеупорщик» (учредитель ОАО «ДИНУР», г. Первоуральск Свердловской области) и прочие издания градообразующих предприятий; на другом «полюсе» находятся узкоспециализированные СМИ, например, «Сухой закон» — «профессиональное издание о гидроизоляционных материалах и технологиях защиты от воды», учрежденное Российским союзом производителей и поставщиков проникающей гидроизоляции (г. Екатеринбург). Основная масса корпоративной прессы все же имеет не столь узкую специализацию и находится «между двумя полюсами». Например, газета «Башкирская нефть» предназначена для всех работников ОАО АНК «Башнефть» — и менеджеров, и специалистов, и людей рабочих профессий; она освещает на своих страницах не только вопросы нефтедобычи и связанные с ними производственные темы, но и спортивную, культурную жизнь на предприятии, работу с ветеранами, пишет о заслуженных сотрудниках.

Преимущественно специализированный характер корпоративной прессы обусловлен тем, что она является средством влияния. Ведь одно из условий

эффективности влияния — его целенаправленность. Ясно, например, что компания, торгующей элитными внедорожниками, есть смысл влиять с помощью своего СМИ, прежде всего, на обеспеченных мужчин, ведущих активный образ жизни (сконцентрировать ресурсы именно на этом сегменте, и не расходовать их на охват прочих социальных групп). То же касается и тематики. Понятно, что в таких изданиях будут писать не обо всем подряд, а сосредоточатся на определенных темах, связанных со сферой деятельности компании-учредителя (например, на внедорожниках, путешествиях и всем, что с ними связано).

Отметим, что аудиторию корпоративных СМИ исследователи зачастую определяют не в терминах теории журналистики, а в терминах науки о PR (внешняя общественность организации, внутренняя общественность), а также в терминах рекламоведения (реальные и потенциальные клиенты, потребители) и т. д.

Перечислим *основные критерии*, позволяющие относить то или иное СМИ к разряду корпоративных:

- учредителем выступает компания или организация, для которой данный (издательский) вид деятельности является непрофильным;
- ключевая функция издания состоит в том, чтобы быть инструментом управления;
- имеется открытая, явная зависимость от конкретной компании (или организации), открытое служение ее интересам, содействие ее развитию;
- существует самопозиционирование в качестве корпоративного медиа;
- задачи издания относятся не к сфере журналистики (или литературы, науки, искусства), а к сфере интегрированных корпоративных коммуникаций (включаящей PR, рекламу, маркетинг); одной из важных задач издания является формирование позитивного имиджа компании-учредителя;
- используются, наряду с журналистскими жанрами и методами подачи информации, жанры и методы PR;
- СМИ является (исключительно или преимущественно) одним из инструментов ведения основного бизнеса компании-учредителя, а не самостоятельным бизнесом (медиабизнесом);
- издание существует вне ситуации прямой рыночной конкуренции;
- является специализированным (по аудитории и/или тематике).

Исходя из вышесказанного, корпоративные медиа можно определить как специализированные издания, выступающие, по существу, инструментами управления, учрежденные компаниями (или организациями), для которых данный (издательский) вид деятельности является непрофильным, открыто признающие свою зависимость от этих компаний, выражающие их интересы, содействующие их развитию, формированию позитивного имиджа и решению других стоящих перед данными компаниями задач. Будучи инструментами ведения бизнеса, а не самостоятельным бизнесом, такие СМИ обычно существуют вне ситуации прямой рыночной конкуренции.

Итак, мы выделили девять ключевых, по нашему мнению, критериев отнесения изданий к разряду корпоративных. Что касается всего остального (способов взаимодействия с читателями, дизайна, полиграфического исполнения, формата, объема и т. д.), то корпоративные издания не имеют принципиаль-

ных отличий от других СМИ. Кроме того, и некоторые из названных критериев могут быть характерны для других средств массовой информации. К примеру, специализированными являются не только корпоративные СМИ и существуют вне ситуации прямой рыночной конкуренции тоже не только они.

Совпадение всех критериев, их совокупности, позволяет однозначно идентифицировать то или иное издание как корпоративное СМИ в «классическом» понимании. Те издания, которые полностью соответствуют всем названным критериям, по нашему мнению, составляют *ядро* корпоративной прессы. Это, например, такие издания, как газета «УГМК-Холдинг. Вести», выпускаемая Уральской горно-металлургической компанией (г. Верхняя Пышма), журнал «Renlife» страховой компании «Ренессанс Жизнь» (г. Москва), и многие другие. Если же издание соответствует более чем половине названных критериев — его можно отнести к *периферии* корпоративных СМИ. Издания, которые войдут, по данной классификации, в разряд «периферийных», могут принадлежать к разным типам прессы в соответствии с общей типологией средств массовой информации. Сюда наверняка войдут, например, партийные и конфессиональные, ведомственные издания, печать разных общественных объединений и некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений (например, музеев, образовательных учреждений).

Может возникнуть вопрос: зачем вообще выделять периферию корпоративных СМИ? Дело в том, что многие издания находятся по тем или иным критериям «где-то между» корпоративными и некорпоративными («традиционными» СМИ, СМИ других типов), обладая свойствами и тех и других. Это обстоятельство нельзя обойти стороной исследователю корпоративной прессы. Совокупность подобных изданий, находящихся «на границе» между корпоративными и всеми другими, мы и решили обозначить как *периферию* корпоративных медиа (КМ).

Ярким примером таких СМИ может служить школьная пресса, находящаяся как раз на «пересечении» корпоративной и традиционной (конкретно — детско-юношеской) прессы. Если школьная газета отражает интересы администрации, воспринимается создающими ее людьми как корпоративная, целенаправленно и осознанно занимается формированием позитивного имиджа школы (как, например, газета «Созвездие 197» школы № 197 г. Екатеринбурга) — она ближе к ядру КМ (или даже является его частью). Если же основными ее задачами являются содействие самореализации и раскрытию творческих способностей детей, информирование читателей об учебной и внеучебной жизни школьников, а задача формирования имиджа учебного заведения не ставится (или не является основной), если газета не воспринимается и не позиционируется ее создателями как инструмент управления и корпоративное издание, такую газету если и можно отнести к КМ, то только к периферии. Яркий пример — «Литературно-художественный общественно-публицистический журнал» школы № 2 г. Заречный Свердловской области «Большая перемена», активно публикующий рисунки, стихи, рассказы школьников.

Рассмотрим пример еще одного издания, находящегося на периферии корпоративной прессы. Газета Объединенного музея писателей Урала «Литературный

квартал» издается учреждением культуры (для которого издание газеты является непрофильным видом деятельности), открыто зависима от него, финансируется им и существует вне ситуации прямой рыночной конкуренции. Одна из задач этого издания — формирование положительного имиджа музея-учредителя, его PR-продвижение. Вместе с тем редакция «Литературного квартала» не воспринимает свое издание как инструмент управления, не позиционирует его как КМ и, помимо задачи формирования позитивного имиджа музея, ставит другие важные задачи, схожие с задачами традиционных научных и литературно-художественных изданий. Здесь публикуются научные статьи музейных сотрудников, литературная критика, очерки о писателях, драматургах и поэтах Урала; тексты в жанрах PR используются редко.

Периодические издания религиозных объединений, как правило, соответствуют большинству критериев корпоративной прессы. Однако однозначно относить их к числу корпоративных нельзя потому, что сами себя они обычно так не позиционируют. Но некоторые в этом плане являются исключением. Так, например, «Община», газета Общины Русской православной старообрядческой церкви с. Пристань Артинского района Свердловской области, успешно участвовала в конкурсе корпоративной прессы Свердловской области «ОБЛИК-2012».

Подчеркнем, что существует тесная взаимосвязь между упомянутыми выше критериями отнесения изданий к корпоративной прессе, по крайней мере между некоторыми из них. Так, например, если издание не воспринимается учредителями как инструмент управления, то и выполняемые им задачи будут лежать не в области корпоративных коммуникаций, а в иных сферах деятельности (медиабизнесе, журналистике, литературе, науке и т. д.), жанры PR не будут активно использоваться, и вряд ли такое издание станет позиционировать себя как корпоративное.

Наконец, отметим, что в настоящее время происходят процессы типологической трансформации КМ. Они обусловлены тем, что некоторые корпорации позиционируют свои издания уже не как корпоративные, даже если поначалу это было именно так, а как традиционные специализированные, отраслевые или иные СМИ. Яркий пример — компания сотовой связи «Мегафон», которая до 2010 г. выпускала классическое клиентское корпоративное издание «Твой МегаФон», а потом перешла на выпуск журнала «Испытатель», который уже не подчеркивает свою зависимость от конкретной компании-учредителя, а позиционирует себя как специализированное издание, «гид в мире высоких технологий».

Кроме того, многие компании просто стремятся создавать свои издания по всем стандартам «большой прессы», перенимая у нее опыт в сфере подачи информации, дизайна, работы с читателями, практически полностью вытесняя PR-жанры журналистскими, в результате чего эти издания начинают походить на «большую», традиционную прессу. Приведем в качестве примера газету «ЕвроХим» (выпускаемую Минерально-химической компанией «ЕвроХим»). В прошлом десятилетии по оформлению, структуре, подаче информации (весьма сухой, официозной) она была типичным корпоративным изданием. Теперь газета активно использует опыт массовой прессы для привлечения внимания

читателей, является яркой, интересной, разнообразной. Неудивительно, что это издание стало победителем ежегодного Всероссийского конкурса в области корпоративных медиа (в номинации «Корпоративные медиа. Внутрикorporативная газета») в 2012 г. Некоторые внутрикorporативные (предназначенные для сотрудников компании) издания также стремятся быть похожими на популярные общественно-политические газеты, некоторые клиентские (издания для клиентов) — на специализированные или популярные массовые, а партнерские издания (для деловых партнеров, инвесторов) — на отраслевые или деловые СМИ.

Причина таких тенденций понятна. К традиционной, неангажированной прессе читатели обычно испытывают большее доверие, чем к откровенно зависимой. И богатый опыт в сфере привлекательной подачи информации, накопленный традиционной прессой, также может быть с успехом применен в корпоративных медиа для решения их специфических задач. Учредители и издатели корпоративных медиа все больше это осознают. Данные тенденции могут серьезно отразиться на дальнейшем развитии корпоративной прессы и системы средств массовой информации в целом. Однако рассмотрение подобных проблем выходит за рамки данной статьи.

-
1. Корпоративная пресса: Руководство к действию. М., 2011.
 2. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб., 2001.
 3. Мурзин Д. А. Корпоративная пресса: современные типологические концепции : дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
 4. Мурзин Д. А. Феномен корпоративной прессы. М., 2005.
 5. Реклама и связи с общественностью : учеб. пособие / отв. ред. А. Д. Кривоносов, М. А. Шишкина. СПб., 2004.
 6. Чемякин Ю. В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006.
 7. Чемякин Ю. В. Проблемы изучения и преподавания современной российской корпоративной прессы // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 98–105.
 8. Чемякин Ю. В. Проблемы типологического анализа современной корпоративной прессы // Изв. Урал. федерал. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 4 (107). С. 100–106.
 9. Чемякин Ю. В. Соотношение понятий «деловая пресса» и «корпоративная пресса» // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2008. № 60. С. 126–132.

Статья поступила в редакцию 7.03.2013 г.

УДК 378.245.2:070 +378.046.4 + 316.77

В. Ф. Олешко

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ: НАУЧНЫЙ ПОИСК ИЛИ ОБОБЩЕНИЕ ПРАКТИКИ?

Статья посвящена актуальной проблематике перехода на двухуровневую систему подготовки вузами кадров для медийной отрасли. В частности, ставится вопрос о том, что магистерская диссертация должна не просто иметь отличия научно-методологического характера от выпускных квалификационных работ бакалавров и специалистов, но быть нацелена на анализ практической деятельности конкретного массмедиа, что в конечном итоге позволит делать выводы об их прикладной ценности.

Ключевые слова: магистратура, магистр, диссертация, журналистика, СМИ, массмедиа, эффективность, специалист новой формации.

Двухуровневая система образования, реализуемая в России в рамках развития идей Болонского процесса и формирования общеевропейского подхода к обучению, основана, как известно, на общности фундаментальных принципов функционирования высшего образования в целом. Это сулит выпускникам российских вузов уже в ближайшем будущем, как отмечают эксперты, достаточно серьезные перспективы. Связаны они будут в первую очередь с построением так называемой «европейской зоны высшего образования» — ключевого направления развития мобильности граждан, с возможностью трудоустройства без дополнительных испытаний или переобучения практически в любой стране континента и даже США. Да и статусные характеристики дипломов о высшем образовании большинства вузов при этом будут несомненно выше.

Однако скептики порой резонно замечают: но разве и раньше талантливый выпускник советского, а позднее — российского вуза не находил себе место «под солнцем» зарубежной науки или не имел возможности стать авторитетным спе-

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).

© Олешко В. Ф., 2013

циалистом в фирме, где ценили прежде всего его талант, а не диплом того или иного уровня? Думается и сегодня руководители многих вузов или даже деканы назовут не один десяток таких своих выпускников, переехавших, к примеру, в «лихие девяностые» за рубеж на ПМЖ. В целом же многие вузовские педагоги отмечают, что повсеместный переход на двухуровневую систему обучения в России вряд ли пройдет беспроблемно. В частности, доктор экономических наук, профессор В. Л. Абрамов, руководитель Центра управления качеством, главный ученый секретарь Московской международной высшей школы бизнеса «МИРБИС», я думаю, выразил в своих словах озабоченность многих: «...система образования России всегда была национальным достоянием. На протяжении второй половины XX века она считалась лучшей в мире и до сих пор сохраняет свой высокий уровень. Фундаментальность — одна из важнейших характеристик отечественного образования, именно она позволила создать в нашей стране всемирно известные научные школы, успешно реализующие сложнейшие проблемы государственного значения. Понятна озабоченность специалистов, педагогов и всех тех, кто хотел бы в процессе интеграции в европейское образовательное пространство сохранить все лучшее, что имеет российская система образования» [1].

Следовательно, для того чтобы идти дальше, необходимо учитывать как перспективы развития образовательной системы в целом, так и успешные наработки в этой области отдельных стран, а также отдельных вузов. Диалектика общего и частного, на наш взгляд, именно здесь подходит как нельзя лучше. Впрочем, и проблемы, требующие решения, характеризуют нередко не только отдельные вузы, но и страны. Во время стажировки в США, к примеру, мне приходилось долго объяснять коллегам, чем «наш» доктор наук отличается от «их» доктора. А в Италии в Генуэзском университете я был свидетелем дискуссии по поводу единства критериев оценок бакалаврской выпускной квалификационной работы и магистерской диссертации. Зарубежные коллеги так тогда и не пришли к единому мнению...

Но все, видимо, возвращается на круги своя. Во время недавнего аккредитационного процесса в УрФУ (в январе 2013 г.) уважаемый эксперт А. Г. Куликов, проверявший у нас нормативные документы и в целом организацию учебного процесса по направлению магистратуры «Теория и методика журналистского творчества», заметил, что именно вопрос отличия магистерской диссертации от выпускной квалификационной работы бакалавра, а также дипломной работы специалиста является на сегодня наиболее актуальным, поскольку далеко не во всяком вузе в нормативных документах это четко зафиксировано. Честно говоря, я удивился, поскольку в Положении о магистерской диссертации департамента «Факультет журналистики» УрФУ мы довольно много внимания уделили именно этой проблеме, специально остановившись на том, что это работа «научного содержания, которая имеет внутреннее единство и отражает ход и результаты разработки выбранной темы»¹. На что эксперт резонно заметил:

¹ Здесь и далее цитируем «Методические рекомендации по написанию и оформлению магистерской диссертации» по данной программе магистратуры, утвержденные учебно-методическим советом Института гуманитарных наук и искусств УрФУ 8 января 2012 г.

«А если магистрант в дальнейшем планирует заниматься сугубо практической деятельностью в медийной сфере, какими опять же конкретными квалификационными признаками будет его диссертация отличаться от работы сегодняшнего выпускника-специалиста?» Аргументы относительно того, что это «исследование, в котором автор должен показать, что он владеет навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности, требующей широкого образования в соответствующем направлении, как того требует ГОС», также не показались достаточно доказательными. В итоге мы пришли к мнению, что данная проблема не просто актуальна и дискуссионна по сути, но и требует широкого обсуждения.

В день собеседования с поступающими в магистратуру я чаще всего слышу от них один и тот же вопрос: «А что мне даст диплом магистра?» Ответ мой, наверное, не отличается оригинальностью, поскольку акцентирую внимание на двух основных постулатах: это вам нужно, если планируете заниматься наукой, преподавать в вузе или если в перспективе видите себя на руководящей должности в массмедиа. Правда, во втором случае приходится объяснять, что в нашей стране пока не введен образовательный ценз, который давал бы право на такого рода деятельность лишь при соответствующем уровне образования. Уточню: наверняка когда-нибудь и наша профессия журналиста станет «закрытой» для людей, не имеющих подобного уровня, как это принято в большинстве европейских стран. Поскольку наш департамент (читай по-старому — факультет) лишь в этом году сделает первый выпуск магистров, проверить на практике, какое направление приложения сил будет ими реализовано в большей степени, пока нельзя. Но радует тот факт, что многие магистранты уже на деле применяют компетентностный подход, т. е. работают в СМИ, причем некоторые — на руководящих должностях. Хотя это отнюдь не снимает главное противоречие: что должно в их подготовке и итоговой диссертации превалировать — результаты теоретических исследований или практика применения тех или иных системных знаний, полученных в университете?

Вопрос не так прост, как кажется при первом приближении. Проанализировав более десятка положений о магистерских диссертациях, выставленных в открытом доступе ряда факультетов и отделений журналистики университетов России, я убедился, что основной акцент в них делается на формальную сторону — прежде всего, добросовестно цитируются положения Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 Журналистика (квалификация/степень «магистр»), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 22.03.2010 г. № 199, а также подробно описываются требования к оформлению данного типа работы, порядок подготовки и процедура защиты диссертации. Есть в них и очень полезные рекомендации, ссылки, варианты подачи материала и т. п. Несомненную ценность имеют в этом плане учебно-методические разработки факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова (составители и научные редакторы: кандидат филологических наук, доцент М. И. Алексеева; кандидат филологических наук, старший преподаватель

С. С. Смирнов) [2]; акцентированные на итоговый результат «Методические рекомендации по подготовке рабочих программ научно-исследовательских практик» Санкт-Петербургского государственного университета (составители: методист Центра научных и инновационных программ факультета журналистики Л. И. Афанасьева и кандидат социологических наук, директор данного центра Е. В. Шмелева) [3]; «Методические указания», разработанные профессором Н. С. Кирмелем в Московском государственном гуманитарном университет им. М. А. Шолохова [4], и ряд других системно выполненных материалов прикладного характера, представленных вузами.

Вместе с тем рекомендации, которые дают магистрантам-журналистам в Южном федеральном университете («...ориентируясь на современный уровень развития истории и теории СМИ, используя традиционные и новейшие методы и средства научного познания и достижения информационной культуры, магистрант выбирает актуальную конкретную тему, изучает с возможной полнотой источники и научную литературу, составляет план своего исследования и последовательно реализует его на практике» [5]), уместны и для выпускной квалификационной работы бакалавра, и для дипломного сочинения специалиста. Причем можно их с полным основанием дать и аспиранту, пишущему кандидатскую диссертацию. То же самое можно сказать и по поводу рекомендаций для магистров других профильных программ, к примеру, юристов Кубанского государственного университета: «Магистр должен обладать широкой эрудицией, фундаментальной научной базой, владеть методологией научного творчества, современными информационными технологиями, методами получения, обработки, хранения и использования научной информации, быть способным к плодотворной научно-исследовательской и научно-педагогической деятельности» [6].

Что же это методологический тупик для любого исследователя-гуманитария? Магистранты химии, биологи или физики легко докажут, что уровень их лабораторных или полевых исследований несравним со студенческим. И они будут правы. Для журналистов, на наш взгляд, все и проще и, одновременно, сложнее. Сочетание теоретических разработок, различного рода исследований и конкретных результатов творческой деятельности в идеале, как резонно отмечают многие методисты-разработчики, должно быть воплощено в двух типах магистерских диссертаций: научно-исследовательского и профессионально-творческого характера. Сопоставим характеристики первой и второй: в диссертации первого типа «выпускник должен продемонстрировать способность к инновационному мышлению, умение провести самостоятельное исследование по актуальной тематике в области СМИ и других средств массовой коммуникации...»; «в зависимости от профилизации в выпускной работе профессионально-творческого характера (диссертация второго типа. — В. О.) должны быть представлены серии публикаций, телерадиопрограммы или другие медиапроекты» [7]. Можно подписаться под каждой из формулировок. Но есть ли здесь что-нибудь «единичное» для магистрантов? Вопрос риторический. Выход, на мой взгляд, нужно искать в придании прикладного характера любым исследованиям магистрантов. Попробую доказать правомерность этой точки зрения.

Преподаватели со стажем должны помнить тот факт, что защита любой кандидатской диссертации в свое время в обязательном порядке должна была сопровождаться предоставлением справки о внедрении результатов проведенного соискателем исследования. Формально и сегодня это является требованием (без какого-либо справочного сопровождения), но в силу объемности доказательной базы и чаще всего отсроченности подобного рода результатов не считается главным достижением диссертанта — кандидата или даже доктора наук. В случае же с магистрантами, как ни странно, это более чем достижимо, поскольку реализуется на локальном уровне. Что это означает на практике? Позволю себе привести пример из практики работы с магистрантами нашей программы «Теория и методика журналистского творчества».

Поскольку в качестве вступительного испытания на это направление предусмотрен творческий конкурс, с предоставлением абитуриентом своих работ, опубликованных в СМИ, у нас всегда есть уверенность, что «случайные люди» к нам не поступают. Поэтому даже для выпускников-бакалавров немедийной профилизации обучение после установочных лекций начинается с учебной практики в массмедиа. Задача — по возможности сразу определиться, какое из них будет для магистрантов профильным в течение обучения. Дело в том, что кроме подготовки публикаций или творческих работ иного характера, данное массмедиа будет для них в дальнейшем и объектом эмпирических исследований, к примеру, с точки зрения эффективности деятельности. Результаты научно-исследовательской практики при этом будут зачтены только после представления их на производственном заседании коллектива или в других формах, согласованных с руководством. Чем не способ проверки результатов внедрения? В магистерской диссертации эмпирическая составляющая также должна быть представлена с опорой на деятельность данного массмедиа или ряда подобных из этой же типологической группы. Опыт показывает, что такой подход, с одной стороны, усложняет задачу начинающему исследователю, а с другой — нередко определяет его дальнейшую судьбу как профессионала, поскольку руководители видят его различный творческий потенциал. Пока подобная методика реализуется нами, что называется, в порядке эксперимента, но и первые результаты обнадеживают. Хотя, безусловно, ее эффективность можно анализировать лишь после первого выпуска магистров данной программы летом 2013 г., а также через год после начала их профессиональной деятельности в новом качестве.

Вместе с тем при организации обучения в магистратуре возникает проблема сопряжения учебных дисциплин. В Швеции, в городе Кальмаре, где мне приходилось быть на стажировке в Институте повышения квалификации журналистов (FOJO), рядом располагался факультет журналистики Высшей школы. Я сравнил учебные планы нашего и шведского вузов. Выяснилось, что у зарубежных коллег в программе много курсов, не просто развивающих креативность сознания будущих журналистов, но и перебрасывающих «мостики» к освоению на первый взгляд сугубо теоретического материала.

К примеру, в изучении шведской и зарубежной литературы обязательно делается акцент на публицистическое творчество писателей. Ведь практически все они с этого начинали или в какие-то периоды своей литературной деятель-

ности активно сотрудничали с периодическими изданиями. Кстати, многие шведские писатели ведут практические спецкурсы для журналистов: кто как не они могут научить создавать оригинальные тексты? История журналистики «сопряжена» с курсами профессиональной этики и права. В их рамках, считают здесь, как нельзя лучше в развитии можно наблюдать взаимоотношения общества и СМИ. Курс «Креативные коммуникации» предполагает освоение студентами практических основ владения родным языком, стилистикой, а также риторики и психологии. «Основы культурологии» взаимосвязаны с обязательными для освоения курсами профессиональной фотографии, графического дизайна и... музыки.

Вообще система подготовки будущих работников СМИ в Швеции имеет ярко выраженную практическую направленность. Не могу судить об университетской подготовке, поскольку три традиционных лидера — факультеты журналистики в университетах Стокгольма, Гётеборга и Мальмё, знакомы мне лишь косвенно, но в высших школах (институтах) это факт непреложный.

В большинстве университетов и высших школ предусмотрен прием на две «массово-коммуникационные» специальности — «Media Production and Journalism» и «Media Management», условные аналоги нашим специальностям «Журналистика» и «Менеджмент СМИ». Обучение разделено следующим образом: бакалавриат — три года и магистратура — один год. Специализация во время обучения, как правило, не предусмотрена. Все в равной степени изучают специфику работы, жанры, выполняют практические задания в рамках телевизионной журналистики, радио, периодической печати, различных видов журналистики в Интернете. Мнение у всех моих зарубежных собеседников было одно: во-первых, сегодня нужны журналисты-универсалы, во-вторых, выпускник зачастую не знает еще, где найдет место работы, а в-третьих, технологический прогресс и тенденции современного менеджмента СМИ все более развиваются в сторону конвергенции различных видов массовой коммуникации, взаимовлияния или прямой холдинговой деятельности.

Кстати, коллеги из Высшей школы именно этим объясняют тот факт, что у их выпускников практически не бывает проблем с поиском места работы. Хотя в целом в Швеции найти работу молодому журналисту непросто. Помогает то, что активно развивается веб-журналистика, формируются пресс-службы и пиар-агентства, в которых востребовано умение создавать реальные тексты. Немало магистров к тому же выбирают преподавательскую деятельность, причем не обязательно по журналистике. «Творческие люди, умеющие создавать тексты, а еще и учить делать это других, всегда ценятся», — заметил по этому поводу профессор Клас Тор.

Непреложен тот факт, что массовая коммуникация занимает в современной человеческой культуре особое место. Обусловлено это прежде всего тем, что в XXI в. с развитием техники и технологий стали многограннее не только информационные связи, но и сам «культурологический» статус массовой коммуникации.

Я выскажу, может быть, кощунственную мысль: в деле формирования медиакультуры сегодня нельзя отгораживаться от специалистов, осваивающих

и другие сегменты, — рекламистов, пиарщиков, политтехнологов. Да, мы за чистоту журналистики, но массово-коммуникационное влияние на конкретного человека, ту или иную социальную группу сегодня столь сильно, многомерно и результативно, что, не установив общие «правила игры», нельзя рассчитывать, что нам в одиночку удастся решить серьезную задачу по воспитанию свободного от любого манипулятивного влияния человека. А эта задача, как нам кажется, является одной из важнейших в деле организации подготовки специалистов новой формации².

Примечательно, что сами магистранты довольно четко представляют самоценность обучения в магистратуре еще и исходя из развития своих статусных характеристик. Корреспондент газеты «Деловой Петербург» Эльнара Петрова (студентка 2-го курса магистратуры факультета журналистики СПбГУ) замечает по этому поводу: «Магистратура дает возможность лучше реализоваться в работе потому, что твоя стоимость, твой личный капитал возрастает. После ее окончания ты становишься не просто специалистом, а специалистом международного уровня. Я работаю в газете “Деловой Петербург”, пишу для молодежной рубрики. Когда мои работодатели узнали, что я продолжаю образование в магистратуре факультета журналистики СПбГУ и имею прямой контакт с аудиторией, для которой пишу, они стали больше прислушиваться к моим мнениям, к моей точке зрения и стали больше помогать мне в реализации моих проектов. Я считаю, что если вы хотите чего-то добиваться в жизни, то вы должны поступать в магистратуру» [8]. Ее поддерживает и второкурсница магистратуры департамента «Факультет журналистики» УрФУ Татьяна Жинжина: «Вначале, когда я пришла на практику на екатеринбургскую радиостанцию “Рок-Арсенал” и предложила провести исследование эффективности проводимых акций, надо мной, честно говоря, поначалу посмеивались... Сегодня уже никто по-иному и не представляет организацию деятельности».

Резюмируя, можно сказать, что переход на двухуровневую систему образования открывает много перспектив выпускникам наших вузов. Интернационализация высшего образования — тенденция, которая, уверен, будет развиваться год от года. И главное для любого преподавателя вуза — находить возможность формирования конкурентных преимуществ у наших студентов и особенно магистрантов. Иначе и не стоило бы отказываться от того, что наработано десятилетиями. Очень интересно узнать мнение по этому поводу коллег из других университетов. А как у вас происходит адаптация магистрантов и самих преподавателей к новым условиям, в которых придется работать?

² Журнал «Известия Уральского федерального университета» системно представляет обсуждение данной проблематики на своих страницах. Достаточно сказать, что только за 2012 г. было опубликовано более 20 статей, так или иначе касающихся темы формирования и развития профессиональной культуры журналистов. См., к примеру, статьи автора данной публикации: *Олешко В. Ф.* Логика профессиональной культуры // Изв. Урал. федерал. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 1 (98). С. 6–14; *Его же.* Мобильные возможности гражданской журналистики // Там же. № 2 (101). С. 31–40.

1. [Электронный ресурс]. URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-100806.html?page=2#3073595> (дата обращения: 8.03.2013).
2. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.journ.msu.ru/education/magistrate/howto.pdf> (дата обращения: 11.02.2013).
3. [Электронный ресурс]. http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1300273931_3798.pdf (дата обращения: 17.02.2013).
4. [Электронный ресурс]. http://mggu-sh.ru/sites/default/files/magisterskaya_dissertaciya_kirmel.pdf (дата обращения: 19.02.2013).
5. [Электронный ресурс]. <http://do.gendocs.ru/docs/index-311110.html#7268757> (дата обращения: 23.02.2013).
6. [Электронный ресурс]. http://law.kubsu.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=315:krimlab&catid=45:education (дата обращения: 3.03.2013).
7. [Электронный ресурс]. http://files.msuc.org/oop/Magicratyra/MACCMEDIA/031300_M_zgurnalictika.pdf (дата обращения: 11.03.2013).
8. Цит. по: [Электронный ресурс]. <http://jf.spbu.ru/magistracy/> (дата обращения: 1.03.2013).

Статья поступила в редакцию 11.03.2013 г.

УДК 378.14:574 + 378.14:54 + 004.77:316.77

Е. В. Кофанова

ПРОЕКТНАЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Рассматриваются вопросы повышения эффективности профессиональной подготовки студентов-экологов за счет интенсификации их научно-исследовательской деятельности в условиях развития современных информационно-коммуникационных технологий. Обсуждаются преимущества метода проектов как основной формы научно-исследовательской работы студентов; приводится типология проектов, а также примеры использования различных типов проектов при изучении студентами-экологами химических и профессионально ориентированных дисциплин.

Ключевые слова: научно-исследовательская работа, метод проектов, подготовка экологов, химическая подготовка, информационно-коммуникационные технологии.

Развитие современного информационного общества предусматривает проведение инновационных реформ в экономике, промышленности и сельском хозяйстве, внедрение в производство новых материало- и энергосберегающих высокоэффективных технологий. Следовательно, студенты в процессе обучения в вузе должны не только овладеть комплексом теоретических знаний, но и быть

КОФАНОВА Елена Викторовна — кандидат химических наук, доцент кафедры инженерной экологии Национального технического университета Украины «Киевский политехнический институт» (НТУУ «КПИ») (e-mail: alexina555@gmail.com).

© Кофанова Е. В., 2013

способными в своей дальнейшей профессиональной деятельности применять эти знания и умения на практике, творчески подходить к решению сложных профессиональных задач. В связи с этим научно-исследовательская работа студентов (НИРС) рассматривается как эффективное и органическое продолжение учебно-воспитательного процесса профессиональной подготовки будущих специалистов-экологов, способствующее реализации одной из основных задач Болонского процесса — творческому объединению образования и научных исследований.

Согласно положениям Болонского процесса, современное высшее образование призвано не только развивать у будущих специалистов определенные знания, умения и навыки, но и способствовать формированию у них необходимых ключевых, предметных и профессиональных компетенций. Это в полной мере относится и к целям профессиональной подготовки инженеров-экологов, поскольку профессия эколога в современном мире является чрезвычайно востребованной.

Для успешного выполнения своих профессиональных обязанностей инженеру-экологу необходимо знать экологическое законодательство, отечественную и зарубежные системы экологических стандартов и нормативов, производственную и организационную структуру предприятия, а также иметь представление о тех технологических процессах, которые используются на производстве, быть знакомым с передовым отечественным и зарубежным опытом в сфере контроля состояния окружающей среды, обеззараживания производственных и бытовых отходов, снижения антропогенного воздействия на природу и др.

В связи с этим к профессионально важным качествам будущего эколога относятся прочные знания, в том числе и качественная химическая подготовка, логическое мышление, самостоятельность и находчивость, способность принимать верные, экологически безопасные решения и отвечать за их последствия, а также широкий кругозор, склонность к научно-исследовательской деятельности, принципиальность, честность и многие другие качества. Следовательно, вуз выпускает специалиста-эколога, профессиональная компетентность которого сформировалась на основе синтеза химических, биохимических, физико-химических, эколога-экономических знаний, практических умений и навыков, а также химической, экологической и информационной культуры.

Достижение цели повышения эффективности профессиональной подготовки студентов-экологов возможно только при условии активной учебно-познавательной деятельности самих студентов, как во время аудиторных занятий, так и во время самостоятельной и научно-исследовательской работы. Рассмотрим научно-исследовательскую работу студентов-экологов в контексте усовершенствования их химической подготовки в вузе, усиления мотивации к изучению химических и профессионально ориентированных дисциплин, учебный материал которых основан на качественных и прочных химических знаниях.

Реализация метода проектов в научно-исследовательской образовательной среде технического вуза

Как правило, ученые выделяют аудиторную НИРС и научно-исследовательскую деятельность, которой студенты занимаются во внеурочное время [2]. При этом многообразие форм НИРС позволяет активно вовлекать студентов в исследовательскую деятельность, используя новые оригинальные методики работы. По мнению специалистов, развитие науки в высшей школе, ее интеграция в учебно-воспитательный процесс способствуют повышению качества подготовки специалистов, формированию всесторонне развитой личности, способной по окончании вуза самостоятельно и ответственно решать сложные практические, научные и управленческие задачи [4].

Согласно современной концепции развития высшего образования, чрезвычайно актуальным является использование в учебном процессе приемов и методов, формирующих у студентов умение самостоятельно получать новые знания, находить, обрабатывать и обобщать информацию, делать выводы и принимать ответственные решения. Поэтому НИРС рассматриваем не просто как способ получения студентами новых знаний, но и как метод формирования у будущих специалистов-экологов необходимых ключевых, предметных и профессиональных компетенций. При этом особое внимание уделяем таким формам организации образовательного процесса химической подготовки студентов, которые способствуют творческому и интеллектуальному развитию личности студента, его способности к самообразованию и саморазвитию.

В современном информационном обществе широкое распространение в НИРС получили информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), которые открывают новые, практически неограниченные возможности — позволяют осуществлять поиск необходимой информации, обрабатывать полученные экспериментальные данные, презентовать результаты научно-исследовательской деятельности и многое другое. Рассмотрим потенциальные возможности активизации обучения студентов-экологов химическим и родственным профессионально ориентированным дисциплинам с помощью ИКТ.

Современные информационно-коммуникационные технологии — это технологии, которые отвечают за сохранение, передачу, обработку, защиту и воспроизведение информации с использованием компьютерной техники. Сегодня практически все без исключения студенты вузов могут пользоваться компьютером, Интернетом, социальными сетями и получать информацию не только из учебников и периодической литературы, но и используя широкие возможности ИКТ.

Как показывает исследование, использование информационных технологий в учебном процессе химической подготовки будущих специалистов-экологов открывает принципиально новые возможности для творческой познавательной деятельности студентов. Особая роль ИКТ раскрывается в полной мере именно в методе проектов, который рассматривается учеными как неотъемлемая составляющая продуктивного обучения [3], как эффективный стимулятор учебно-познавательной деятельности студентов [5].

Метод проектов зародился во второй половине XIX в. в сельскохозяйственных школах США и только потом был привнесен в общеобразовательную школу. Основателем метода считается американский философ Джон Дьюи (1859–1952), который пытался организовать обучение детей таким образом, чтобы наполнить его творческим трудом и конкретными достижениями. Значительный вклад в дальнейшее развитие этого метода внес его ученик, профессор педагогики учительского колледжа при Колумбийском университете (г. Нью-Йорк) Уильям Херд Килпатрик (1871–1965), который не без основания считал, что ученики наиболее заинтересованы в той деятельности, которую они выбирают сами и которая находится за пределами учебного предмета [5].

По мнению Е. С. Полат, метод проектов как педагогическая технология предусматривает совокупность исследовательских, поисковых и проблемных методов, творческих по своей сути, и способствует самостоятельной познавательной деятельности учеников в сфере решения определенной проблемы и представления результатов своей деятельности в виде конкретного продукта [Там же]. В нашем исследовании под методом проектов понимаем такую технологию обучения студентов-экологов, при которой они непосредственно включаются в активный познавательный процесс, самостоятельно решают учебные или исследовательские проблемы — собирают необходимую информацию, разрабатывают способы решения проблемы, находят оптимальные варианты ее решения, анализируют свою деятельность, формируя новые знания и приобретая жизненный и учебный опыт.

К преимуществам метода проектов специалисты относят проблемное изложение учебного материала; междисциплинарный характер проектов и, как следствие, необходимость интегрировать информацию из разных областей науки, техники и технологий; а также активное и самостоятельное получение студентами знаний и умений; тесную взаимосвязь обучения с практикой. В то же время считается, что проектную технологию целесообразнее использовать не в «чистом» виде, а в качестве дополнения к другим формам обучения [6, 7].

В основе типологии проектов могут лежать различные признаки, например, количество участников проекта (индивидуальные, групповые или коллективные проекты), длительность проекта (краткосрочные, среднесрочные или долгосрочные). Выделяют также монопроекты, если проект реализуется в пределах одной дисциплины, даже если в проекте применяются знания и умения из других областей, и междисциплинарные проекты, когда исследуемая проблема касается нескольких учебных дисциплин. Проекты могут быть внутренними или международными в зависимости от того, кто является их участниками; выделяют также мини-проекты, средние и макси-проекты в зависимости от объема проекта и его сложности.

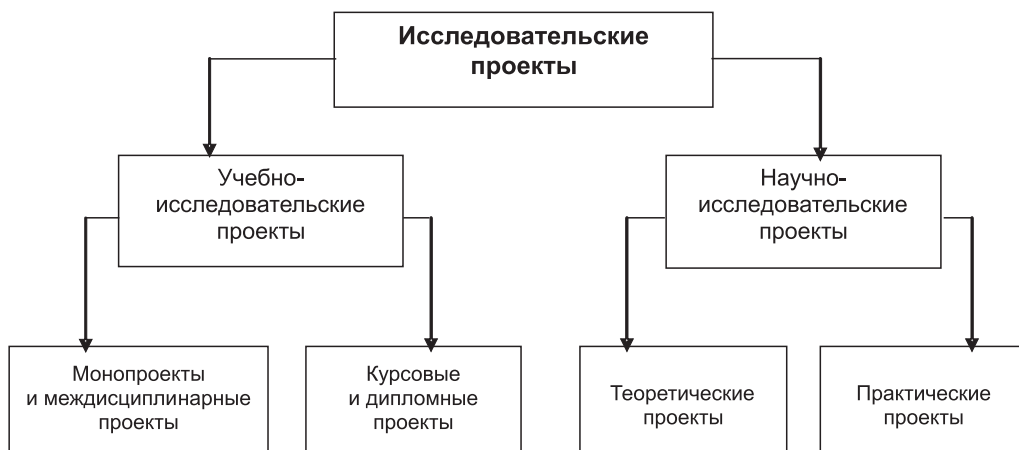
Согласно типологии Е. С. Полат, проекты могут быть исследовательские, творческие, ролевые или информационные [5, 8]. В нашем исследовании наиболее широко применяются исследовательские, в том числе и практически ориентированные, а также информационно-творческие проекты. Основной особенностью исследовательских проектов является то, что они четко подчиняются логике исследования и имеют структуру, близкую к реальному научному

исследованию. Как правило, такие проекты предусматривают выбор и обоснование темы исследования, постановку целей и аргументацию актуальности проекта, определение предмета и объекта исследования, его методологии и т. д.

Среди научно-исследовательских проектов особое место принадлежит практически ориентированным работам, направленным на достижение конкретного практического результата. В частности, под руководством автора в Национальном техническом университете Украины «Киевский политехнический институт» (ОКБ «Шторм») выполняются научно-исследовательские проекты, посвященные проблемам разработки способов утилизации отходов полиэтилентерефталата, усовершенствования технологии получения топлива из растительного сырья, модификации углеводородных топлив с целью улучшения их эколого-экономических характеристик, интенсификации переработки нефти и др.

Информационные проекты предназначены для сбора информации об определенном объекте или явлении, предусматривают анализ, обобщение и ознакомление коллег с полученной информацией. Такие проекты могут быть как частью более сложного исследовательского проекта, так и самостоятельным продуктом. Если же информационный проект не ограничивается только сбором и обработкой информации, а предусматривает творческое представление полученных результатов (например, видеofilm или мультимедийная презентация), то такой проект относится к творческо-информационным, органически сочетая в себе информационную и творческую составляющие. Именно такие проекты предусмотрены нами при изучении биогеохимии, урбоэкологии и экологии человека.

Аналогично ранее приведенной классификации НИРС, выделяем в отдельные группы учебно-исследовательскую и научно-исследовательскую проектную деятельность студентов (см. рисунок). При этом к учебно-исследовательским проектам относим краткосрочные (рассчитанные на 1–2 занятия) и среднесрочные (предусматривающие работу над проектом в течение семестра или



Типология исследовательских проектов студентов-экологов при изучении химических и профессиональных дисциплин

учебного года) монопроекты по химическим («Биогеохимия») и профессионально ориентированным дисциплинам («Урбоэкология», «Экология городских систем», «Экология человека» и др.), а также междисциплинарные проекты. В качестве примера последних приведем такие проекты, как «Анализ влияния автомобильного транспорта на здоровье человека», «Медико-географическое картографирование территории» и т. п.

Учебно-исследовательская проектная деятельность студентов предусматривает подготовку аналитических обзоров, написание рефератов, тезисов и докладов для конференции, создание учебных мультимедийных презентаций, схем и таблиц, участие в написании учебно-методических пособий. Для этого среди студентов — участников проекта формируются микрогруппы по интересам (обычно по 2–3 студента, однако при желании проект может выполняться и индивидуально), которые получают конкретное задание в соответствии с уровнем знаний и желаемой сферой деятельности в рамках проекта.

Сложность заданий при изучении химических или профессионально ориентированных дисциплин может отличаться, но любой проект обязательно предусматривает решение какой-либо практической (экологической или социальной) проблемы, а также может быть посвящен вопросам повседневной жизни человека (например, учебно-исследовательские проекты «Потенциальные опасности применения пищевых добавок в продуктах», «Химические аспекты вредных привычек человека» и др.). Основываясь на литературных данных [1, 6, 7], предлагаем следующий алгоритм реализации учебно-исследовательских проектов:

1. Подготовительный этап — выбор темы, цели и заданий проекта, объекта и предмета исследования.

2. Планирование проектной деятельности — поиск необходимой информации, планирование этапов выполнения проекта или его отдельных составляющих.

3. Работа с литературой, Интернетом; критический анализ и обобщение информации, проведение анкетирования, наблюдения, эксперимента и т. п.

4. Практическая реализация результатов проектной деятельности, защита проекта и презентация результатов.

5. Контрольно-рефлексивный этап — подведение итогов, обсуждение и оценивание результатов проекта.

Причем на любом из приведенных этапов есть возможность внесения корректив в запланированную деятельность в зависимости от промежуточных результатов исследования. На примере студенческого проекта по проблеме изучения вредного воздействия выхлопных газов автомобилей на городскую среду (курс «Урбоэкология») рассмотрим основные этапы его выполнения:

1. Определить вещества, которые выбрасываются в атмосферу с выхлопными газами автомобилей.

2. Охарактеризовать влияние химических соединений, которые выбрасываются с выхлопными газами в атмосферу, на организм человека, на животный и растительный мир.

3. Найти данные по имеющимся методам уменьшения объемов выбросов отработанных газов двигателей внутреннего сгорания, содержания в них полю-

тантов; сделать патентный поиск новейших разработок в этой области, проанализировать целесообразность и эколого-экономическую эффективность их использования на практике.

4. Предложить и обосновать меры, позволяющие снизить отрицательное воздействие автомобильного транспорта на окружающую среду.

5. Оформить результаты проекта в виде презентации, доклада на конференции или тезисов; ознакомить коллег с результатами своей работы.

К учебно-исследовательским проектам относится также курсовое и дипломное проектирование. В частности, дипломный (квалификационный) проект специалиста-эколога — это индивидуальное задание научно-исследовательского, творческого характера, которое выполняется студентом на завершающем этапе его профессиональной подготовки и является одной из форм использования на практике приобретенных им компетенций — ключевых, предметных и профессиональных.

Основными формами научно-исследовательской проектной деятельности студентов-экологов является участие в работе научных кружков, в хоздоговорных и бюджетных тематиках научно-исследовательских лабораторий и центров (см. рисунок). Такие проекты предусматривают выполнение студентами кратко- или долгосрочных научных исследований, написание статей, тезисов докладов, выступления на конференциях, участие в конкурсах, грантах и т. п.

Важным условием успешной проектной деятельности является система оценивания проектов. Как правило, критерии оценивания разрабатываются преподавателем заранее и доводятся до сведения студентов перед началом выполнения проекта. Например, в нашей практике проектной деятельности студентов-экологов кроме основных оценок предусмотрены еще и так называемые «бонусные» баллы (от 1 до 5), которые выставляются за творческий подход к выполнению задания, эмоциональное представление результатов исследования. Оценка проекта, в свою очередь, сильно зависит от его содержания, сложности задания и особенно от качества полученных результатов.

Важную роль в организации проектной деятельности студентов играет рефлексия — анализ целей, задач, этапов выполнения проекта, осмысление своих действий, самооценка качества полученных результатов и т. п. Подобные мероприятия проводим дважды: во-первых, сразу после завершения презентации результатов проектной деятельности; во-вторых, спустя некоторое время, возможно даже в конце семестра. Проводится подробный анализ сильных и слабых сторон исследования, обсуждается личный вклад каждого из членов группы, возможность продолжения проекта, его перспективные линии и т. д.

Мы разделяем мнение О. Л. Тульской о том, что проектная деятельность является важным направлением подготовки будущих специалистов-экологов, формирует у них способность самостоятельно и творчески работать в нестандартных условиях, способствует оценке собственного уровня профессиональной компетентности в ситуациях, приближенных к реальной жизни [9, 200]. При этом как учебно-исследовательская, так и научно-исследовательская проектная деятельность несет в себе огромный потенциал, который должен быть использован для совершенствования профессиональной подготовки будущих

специалистов-экологов. В процессе выполнения проектов активизируется познавательная деятельность и творческое мышление студентов, стимулируется их самостоятельность, развиваются исследовательские навыки, формируются коммуникативные компетенции, способность работать в коллективе, обрабатывать большие объемы информации и т. д.

Таким образом, установлено, что задача подготовки высококвалифицированных, компетентных инженеров-экологов обусловлена потребностью общества в специалистах, готовых к работе в изменчивых социально-экономических условиях, конкурентоспособных на мировом рынке труда, ответственно относящихся к проблемам экологии и охраны окружающей среды, сохранения здоровья нации. В связи с этим предложены пути активизации и повышения эффективности профессиональной подготовки будущих экологов за счет применения в НИРС проектной технологии.

С целью поощрения студентов, занимающихся научно-исследовательской деятельностью, разработана гибкая система оценивания, позволяющая учитывать старательность и творческий подход студентов к выполнению проекта, а также имеющая целью повысить их интерес к научно-исследовательской деятельности. В процессе коллективной работы наиболее полно раскрываются природные способности студентов, а в процессе практической деятельности развиваются и совершенствуются приобретенные ими ключевые, предметные и профессиональные компетенции.

-
1. *Гузев В. В.* Планирование результатов образования и образовательная технология. М., 2000.
 2. *Измайлова М. А.* Организация внеаудиторной самостоятельной работы студентов : метод. пособие. М., 2009.
 3. *Лопай С. А.* Нові інформаційні технології у проектній діяльності майбутніх учителів інформатики // Науково-дослідна робота студентів як чинник удосконалення професійної підготовки майбутнього вчителя. Харків, 2010. Вип. 1. С. 138–143.
 4. *Матвеева Т. А.* О роли самостоятельной работы студента технического вуза в становлении его профессиональной компетентности // Образование и наука. 2006. № 2. С. 79–85.
 5. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / под ред. Е. С. Полат. М., 2005.
 6. Освітні технології / за ред. О. М. Пехоти. Київ, 2002.
 7. Педагогічні технології у неперервній професійній освіті : моногр. / за ред. С. О. Сисоевої. Київ, 2001.
 8. *Полат Е. С.* Метод проектов: история и теория вопросов // Школьные технологии. 2006. № 6. С. 43–47.
 9. *Тульська О. Л.* Проектна діяльність як засіб розвитку професійної культури майбутніх екологів у процесі фахової підготовки // Наукові праці Донецьк. нац. техн. ун-ту. Сер. : Педагогіка, психологія і соціологія. 2009. С. 199–204.

Статья поступила в редакцию 6.03.2013 г.

УДК 316:115 + 316.2(09)

П. А. Амбарова

О ПРОБЛЕМЕ ДИНАМИКИ СОЦИАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ*

Проведен анализ проблемы динамики социального времени в истории социологии, показан ее сквозной характер. Рассмотрена постановка данного вопроса, выявлены особенности анализа динамики социального времени в социологии классического (О. Конт, К. Маркс, Э. Дюркгейм), неоклассического (П. Сорокин), постклассического (И. Валлерстайн), постнеклассического (Э. Гидденс, Дж. Урри) периодов и социологии постмодерна (З. Бауман). Понятие динамики социального времени трактуется как теоретический конструкт, позволяющий изучать темпоральные характеристики социальных изменений – скорость, направление, ритм, стадийность, длительность.

Ключевые слова: социальное время, социокультурная динамика, динамика социального времени, темпоральность, прогресс.

В рамках рассмотрения социального времени как формы бытия социальных объектов – явлений, людей, социальных групп – понятие динамики социального времени используется редко, пожалуй, только в философии истории. Чаще всего оно заменяется философской категорией «движение материи» или социологическим понятием социальной динамики, которые описывают изменение состояний социальных объектов, процессов и событий, происходящее с той или иной скоростью и длительностью, в определенной последовательности и с определенным ритмом. По сути, указанные характеристики и есть элементы динамики социального времени, проявляющейся в различных формах социальных изменений и процессов. Понятие динамики социального времени позволяет придать социологическому анализу иной ракурс: оно подчеркивает не столько сущ-

* Работа выполнена при поддержке РГНФ. Проект № 13-13-66502.

ность, форму и содержание социальных изменений, сколько их темпоральные характеристики — ритмичность, темп, стадийность, направленность, длительность и т. д.

Несмотря на то, что тема социального времени приобрела самостоятельное звучание достаточно поздно — в 1930-е гг., в связи с появлением работ П. А. Сорокина и Р. Мертона [7], сама эта проблема попала в поле зрения выдающихся представителей классической социологии — О. Конта, К. Маркса, Э. Дюркгейма — гораздо раньше и стала сквозной для всех последующих этапов развития социологии.

В учении О. Конта социальное время изначально предстает в его динамической форме — как стадийное движение-прогресс общественного сознания от теологического, затем метафизического состояния к позитивному, рациональному мировидению и морали. Двигателем развития общества, научного и общественного сознания (и соответственно критерием периодизации человеческой истории) О. Конт считал интеллектуальное развитие. Социальное время у Конта рассматривается как поэтапное изменение состояний общественного сознания, «умственный прогресс», осуществляющийся как на уровне индивидуального, так и родового сознания [5, 231–232]. Это поэтапное движение обеспечивается связью (солидарностью) поколений, живущих в настоящем, и прошлых поколений.

У Маркса сохраняется то же, что и у Конта, понимание стадийности и линейности социального времени. Идея прогресса в историческом развитии общества пронизывает его учение об общественно-экономических формациях. Переход от первобытно-общинной к рабовладельческой, затем феодальной, капиталистической формациям и коммунистическому обществу представляет собой особый сценарий развития. Время в представлении К. Маркса течет необратимо, жестко подчиняясь историческим закономерностям, имеющим силу необходимости и неизбежности. Выделяемые им стадии-формации создают своеобразный ритм, наполненный особым драматизмом и напряжением из-за социальных конфликтов и революционного способа их разрешения. Таково общее понимание динамики социального времени у Маркса, источником которой выступают противоречия между непрерывно развивающимися производительными силами и более статичными производственными отношениями.

Динамика социального времени в работах К. Маркса может быть описана понятием «напряжение времени», создаваемым двумя переменными: скоростью экономических процессов и остротой противоречий в социальных (классовых) отношениях. Во-первых, эти элементы социальной системы сами по себе обладают различной динамикой, которая служит источником конфликта. Во-вторых, противоречия имеют определенную скорость вызревания и разрешения. В-третьих, на характер социального времени влияют также способы разрешения социальных противоречий. Так, революция как способ разрешения классовых конфликтов усиливает динамику, делает социальные изменения ярко выраженными, контрастными и более напряженными. Маркс первым показал возможность не эволюционного, а скачкообразного способа развития общества, а значит, и новый тип динамики социального времени, его преимущества и механизмы.

В работах Э. Дюркгейма проблема социального времени и его динамики занимает не так много места. Однако примечательно, что, рассматривая историческую динамику социального времени, французский социолог отмечает в качестве важнейших факторов социального развития ускорение и интенсификацию различных процессов, в том числе материального и нравственного прогресса. Выступая элементами динамики социального времени, они, по мнению Дюркгейма, нарушают в обществе равновесие и заставляют человека изменяться, приспосабливаясь к новым условиям существования [4, 247–248]. Способствует постоянным изменениям и появление в цивилизованном обществе новых средств передвижения и передачи информации. Благодаря им увеличивается плотность общества, выступающая источником прогресса. По сути, Дюркгейм описывает те процессы и факторы, которые получают особое звучание в конце XX — начале XXI в.: чрезвычайное ускорение времени, интенсификация различных видов деятельности, уплотнение пространства и времени благодаря новым информационно-коммуникативным технологиям, возникновение особого пространственно-временного континуума мегаполисов.

Значимый вклад в развитие социологической разработки проблемы социального времени внесла книга П. Сорокина «Социальная и культурная динамика». Она ознаменовала поворот в социологическом понимании динамики социального времени — от линейности к более сложным конфигурациям. В качестве альтернативы линейному видению социокультурной динамики П. Сорокин предлагает теорию социокультурных флуктуаций, подразумевая под ними процессы, время от времени повторяющиеся в истории, типы, стадии и состояния культурного развития общества и культуры: чувственное, рациональное и идеациональное.

Темпоральность культуры оценивается П. Сорокиным через деятельность, которая занимает определенное количество времени, и временную последовательность (порядок во времени) [6, 99]. Важными характеристиками динамики времени являются уникальность и повторяемость событий и процессов. С понятиями уникальности и повторяемости у Сорокина связано понимание линейной, нелинейной и циклической динамики. Линейные процессы сохраняют свой смысл за все время своего существования и подразумевают количественные характеристики. Например, прогресс подразумевает постепенное и неуклонное улучшение материальной и моральной жизни людей. Разновидностями линейной динамики может быть спиралевидное и разветвляющееся движение. Особый тип динамики представляют циклические процессы двух разновидностей — абсолютно циклические и относительно циклические. Первая разновидность предполагает точный возврат к точке развития, т. е. точное возвращение к исходному состоянию. Относительно циклические процессы предполагают более или менее серьезное отклонение от траектории предыдущего цикла [Там же, 108].

П. Сорокин описывает еще один тип динамики — вариантно или творчески повторяющиеся процессы. К нему относятся, отмечает ученый, повторения, которые могут объединять траектории всех вышеперечисленных типов динамики. Вариантно повторяющийся процесс оказывается самым широким и самым богатым из всех видов динамики [Там же, 109].

Социкультурная динамика в ее временном аспекте обладает определенным ритмом, который определяется понятиями темпа, «тактов», пульсации, «поворотов». Ритмическая природа времени позволяет структурировать его. При этом источником ритма выступают как количественные, так и качественные изменения. Количественные изменения означают, по Сорокину, «поворот» в процессе и разбиение его на разрозненные части. Качественные изменения служат критерием выделения фаз, этапов, стадий [6, 106]. Ритм социального времени характеризуется глубиной, величиной и резкостью прерывания социокультурного процесса.

Работы П. Сорокина, посвященные динамике социального времени, имели важное методологическое значение для дальнейших исследований. Они позволили ввести категорию времени в качестве исследовательского инструмента социальной динамики общества. Категория социального времени позволяет определить периодичность социальных процессов, которую невозможно установить с помощью астрономического времени, исследовать релятивные по своей природе темпоральные системы различных культур. Динамика социального времени у П. Сорокина проявляется не только на макроуровне — при смене типа культуры, но прежде всего на микроуровне — в небольших по масштабам, но повторяющихся явлениях и процессах.

Теоретические исследования динамики социального времени актуализировались в конце XX столетия в связи с кардинальным изменением свойств социального времени на рубеже веков. Наиболее интересными в плане разработки проблемы динамики социального времени оказались работы И. Валлерстайна, Э. Гидденса, З. Баумана и Дж. Урри.

И. Валлерстайн, опираясь на синергетическую методологию и теорию «больших циклов» Н. Д. Кондратьева, рассматривает проблемы социальной статики и динамики в масштабах мир-системы (исторической системы). Социальные процессы имеют циклический ритм, состоящий, как правило, из двух фаз — периода нестабильности и периода равновесного состояния. В их основе — 50–60-летние циклы Кондратьева и 100–150-летние циклы гегемонии «гарантов мирового порядка» [2, 51]. Социальное изменение, по мнению Валлерстайна, наблюдается только в том случае, если на смену одному типу исторической системы приходит другой тип. Это означает, что в развитии системы наступает такой момент, когда неизбежной становится третья фаза — гибель системы. В точке бифуркации колебания приобретают непредсказуемый характер, что лишает будущее предопределенности. И. Валлерстайн расценивает это момент как источник надежд [Там же, 223].

Необходимо заметить, что идея прогресса в ее западноевропейском варианте подвергается серьезной критике со стороны И. Валлерстайна прежде всего из-за связи ее с евроцентризмом [Там же, 238–239]. Навязывание европейской модели развития общества и ее воплощение в колониальной политике привело, по мнению Валлерстайна, к дискредитации идеи прогресса. Исследователь обращается к временному измерению цивилизаций и видит главные различия между ними в «плотности времени» [Там же, 311]. Не в экономике, не в особенностях производства или уровне социально-экономического раз-

вития, а в отношении к времени, в способах его использования ученому видится вызов современности как практике и как науке. Отмечая, что в истории социологии сформировалось четыре типа представлений о времени — «время событий», «вечное время», «структурное время» и «циклическое время», Валлерстайн отдает предпочтение последнему. Циклическое видение темпорального развития исторической системы кажется Валлерстайну наиболее верным и ценностно оправданным.

Динамический срез социального времени в теории Э. Гидденса представлен вопросом о ритме социального времени, описываемого двумя понятиями — *рекурсивность* и *сериальность*. Рекурсивный, или возвратный, характер социальной жизни служит основой воспроизводства общественных институтов. Рекурсивность как определенный ритм социального времени создает каркас социальной жизни и, соответственно, условия устойчивости, стабильности, фиксированности повседневной жизни [3, 19].

Если рекурсивность характеризует институциональное время, то повседневные взаимодействия, по Гидденсу, могут быть описаны с помощью понятия сериальности. Взаимодействия представляют собой «непрерывный поток деятельности, нарушаемый исключительно (но регулярно) относительным бездействием во время сна» [Там же, 128]. В эмпирической действительности сериальность проявляется как очередность взаимодействия (например, в диалоге разговаривающие высказываются по очереди, дожидаясь окончания высказывания партнера). Гидденс отмечает, что временной ритм взаимодействия может быть неровным, поскольку взаимодействие несимметрично, отдельные его эпизоды могут прерываться паузами, имеют ускоренный или замедленный темп.

Ритм социального времени образуется благодаря *зонированию* социальных практик, т. е. их позиционированию в определенных «регионах» пространственно-временной траектории [Там же, 141–142]. Повседневные перемещения человека между различными «зонами» имеют определенный ритм («пульсацию»), который задается структурой времени — делением его на дневное и ночное, увеличением дневного времени благодаря изобретению искусственного освещения, продолжительностью тех видов деятельности, которыми занят человек. Кроме того, Гидденс говорит о возвратном характере движения между зонами, что означает повторяемость повседневных пространственно-временных передвижений человека.

Динамика социального времени становится ключевым сюжетом в концепции З. Баумана. По его мнению, время благодаря техническому прогрессу «оторвалось» от пространства и стало активным, независимо действующим фактором. Оно перестало быть особенностью пространства, но превратилось в атрибут передвижения [1, 121–122]. По З. Бауману, для времени «текущей современности» характерна не длительность и протяженность, а мгновенность. Время может сжиматься до (или почти до) мгновения, и тогда изобразить движение времени, которое представлено не «стрелой» или «кругом», а «отдельными точками без измерения», практически невозможно.

В работах Баумана время семантически связывается с нападением, соревновательностью, доминированием, манипулированием, властью. Динамика времени,

таким образом, повышает вес ценностей конкуренции, успеха, который обеспечивается скоростью деятельности и реагирования. В реальности «мгновенное время» продуцирует не только новые стандарты, но и страх неуспешности, упущенных шансов, стремление «бежать в ногу с временем» без остановки, даже если это превышает человеческие психофизиологические, культурные и социальные возможности.

В социологии времени Дж. Урри классификация типов и видов времени и способов их взаимодействия и смены дает возможность рассмотреть динамику социального времени.

Дж. Урри, используя метафоры, выделяет кайрологическое (или жизненное) время, «ледниковое время», «часовое время» и «мгновенное время» в его разновидностях. Специфика его подхода заключается в том, что эти виды времени не просто сменяют друг друга, хотя такая форма динамики времени прослеживается им в истории общества. По его мнению, в современном мире эти виды сосуществуют, как бы наслаиваясь друг на друга. Доминирующим видом становится «мгновенное время», но в некоторых сферах жизни, в жизнедеятельности определенных социальных групп вдруг проявляется то в рудиментарной форме, то в качестве «острова» иной тип времени — часовое, ледниковое или кайрологическое.

«Мгновенное время» в социальных практиках проявляется в сиюминутности моды, чрезвычайно высокой скорости производства товаров и приобретения ими доступности, резком сокращении (до минут) времени для принятия решений. Мгновенными становятся контакты и отношения, передача информации, поминутный просмотр-переключение телевизионных каналов («видеовремя»), изготовление и использование одноразовой посуды.

«Мгновенное время» — символ чрезвычайного ускорения социальных процессов. Технический прогресс позволил максимально увеличить скорость физического передвижения людей и вещей, тем самым производя эффект «сжатия пространства и времени». Впервые время стало измеряться не годами, часами, а мгновениями, восприятие которых иногда выходит далеко за рамки человеческого сознания.

Урри представляет время не как линейное, а как синхронное. События происходят не последовательно, а одновременно, возникают и разворачиваются по принципу голограммы. Идея «стрелы времени», символизовавшая прогресс и поступательное развитие, сменяется идеей «временного коллажа».

Парадоксальность социального времени эпохи постмодерна, описываемого Дж. Урри, в том, что, с одной стороны, оно чрезвычайно динамично, с другой — это не динамика прогресса, т. е. поступательного, поэтапного улучшения жизни. Динамика времени описывается не в терминах прогресса, она имеет разные направления и различные темпы в различных пространственных локализациях и у различных субъектов. Ее влияние амбивалентно, и эта амбивалентность связывается с различными планами существования человека. С одной стороны, «мгновенное время», по Урри, формирует новые когнитивные, так называемые мультимедийные навыки, обеспечивающие новые возможности. С другой стороны, фрагментарность и мгновенность времени входит в противоречие со мно-

гими традиционными практиками, которые требуют, по определению, больше времени на раздумья, «созерцание», согласование. Это те практики, которые основаны на линейном представлении о времени. Деструктивное влияние фрагментарности временной картины мира в современном обществе проявляется в десинхронизации групповых и индивидуальных траекторий передвижения во времени и пространстве, разрушении чувства доверия, преданности разных поколений друг другу и их взаимной ответственности [8, 188].

Таким образом, мы видим, что проблема динамики социального времени проходит красной нитью через различные теории и концепции, возникающие в рамках различных социологических парадигм. В истории социологии, на наш взгляд, сложилось три подхода к пониманию сущности динамики социального времени, взаимодополняющих друг друга. В рамках первого динамика социального времени рассматривается как изменение содержания и форм социальных явлений и процессов. В рамках второго подчеркиваются темпоральные характеристики социальных изменений (направленность, скорость, ритм). Динамика социального времени описывается понятиями процесса, развития, изменения, стадийности. Ее изучение заключается в определении общего хода социального движения, его темпа, ритма, направлений, форм, движущих сил и факторов. Третий подход к пониманию динамики социального времени характеризуется вниманием к динамическим характеристикам социального времени как особого феномена социальной реальности (ускорение, «сжатие» социального времени, режимы функционирования различных темпоральных систем и пр.). Все три подхода к пониманию динамики социального времени в сочетании позволяют описать его многомерность и многоаспектность как социального явления.

1. Бауман З. Текущая современность. СПб., 2008.

2. Валлерстайн И. Конец знакомого мира. Социология XXI века. М., 2003.

3. Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации. М., 2005.

4. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. М., 1996.

5. Коит О. Система позитивной политики // Западно-европейская социология XIX века / под ред. В. И. Добренькова. М., 1996.

6. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика. М., 2006.

7. Социальное время: опыт методологического и функционального анализа // American Journal of Sociology (Chicago). 1937. Vol. 42, № 5. P. 615–629 (рус. пер.: Сорокин П., Мертон Р. Социальное время: опыт методологического и функционального анализа // Социс. 2004. № 6).

8. Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI века. М., 2012.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 316.455:316.344.42 + 316.61 + 316.37 + 159.923

Л. Н. Банникова
М. А. Кучкильдина
А. Ю. Петров

МЕЖПОКОЛЕННАЯ ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ В ФОРМИРОВАНИИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ ИНДУСТРИАЛЬНОГО РЕГИОНА *

Представлен обобщающий анализ результатов мониторинга процессов социально-профессионального выбора уральского студенчества, обозначены возможные аспекты социального наследования инженерных профессий. Социально-психологическое исследование ценностных ориентаций студентов-старшекурсников инженерных специальностей позволило конкретизировать групповой психологический портрет будущих инженеров, потенциальной технической элиты региона.

Ключевые слова: профессиональная преемственность, социальное наследование, социокультурные ориентации, групповой психологический портрет, профессиональная элита.

Перспективы развития Свердловской области в соответствии со стратегией социально-экономического развития региона и области до 2020 г. связываются с реконструкцией и модернизацией машиностроения, освоением производства высокотехнологичной наукоемкой продукции, что, в свою очередь, формирует приоритетную потребность в современных технических специалистах. Проблема дефицита квалифицированных инженерных кадров актуализируется как по демографическим причинам (падение численности населения в трудоспособном возрасте в Свердловской области), так и из-за структурных перекосов рынка труда. В период рыночных реформ доля высококвалифицированных специалистов в общей структуре занятых в промышленном секторе экономики заметно (более чем на треть) сократилась. Это связано с общим сокращением производства в 1990-е гг. и с социальным перемещением значительной части инженерно-технических кадров (преимущественно молодого и среднего возраста) в другие сферы экономики, прежде всего в сферу обслуживания и малый бизнес. Между тем количественная и качественная потребность в элитных инженерных кадрах в ближайшей перспективе будет возрастать, что связано не столько с не-

* Работа выполнена при поддержке РГНФ. Проект № 13-13-66502.

БАННИКОВА Людмила Николаевна — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии и социальных технологий управления Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: bannikov@planet-a.ru).

КУЧКИЛЬДИНА Мария Анатольевна — ассистент кафедры социологии и социальных технологий управления Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: mas288@yandex.ru).

ПЕТРОВ Александр Юрьевич — кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий управления Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: ajpetrov@mail.ru).

обходимостью поддержания существующей техносферы, сколько с реализацией инновационных стратегий развития страны и Уральского региона.

Наличие в Свердловской области эффективных механизмов профессиональной подготовки и переподготовки по специальностям, соответствующим потребностям инвесторов, пока остается значимым фактором, обеспечивающим инвестиционную привлекательность области. Вместе с тем эксперты отмечают возрастающую актуальность таких проблем, как дефицит технических специалистов средних возрастов, разрыв в преемственности инженерных традиций. В свете задачи формирования инновационного потенциала территории проблема воспроизводства технической элиты общества, в частности роль семьи в профессиональной преемственности, представляет не только теоретический интерес.

Влияние родителей, семьи на выбор молодыми людьми конкретной профессии осуществляется различными способами и зависит от изменения престижа профессий. Ресурсы родителей важны не только при выборе будущей профессии, но и при планировании стратегии реализации жизненных и профессиональных планов будущими специалистами. Стартовые возможности студентов зависят от материального и социального капитала их родительских семей. Наиболее осознанный выбор и, соответственно, высокая удовлетворенность будущей профессией характеризует респондентов, наследующих профессии родителей, знающих содержание будущей профессии от семейного окружения. Выбирая профессию, молодой человек определяет свой будущий социальный статус и образ жизни, которые могут быть традиционными или, наоборот, нетрадиционными для его семьи. Поступление в вуз не снимает с молодого человека вопросы профессионального выбора, поиска своего профессионального пути.

Насколько студенты уверены в своем выборе, с какими проблемами сталкиваются при освоении своей профессии, какие профессиональные планы строят, какое место в этих планах они отводят своей будущей специальности? Вот круг вопросов, которые были предметом семнадцатилетнего мониторинга социокультурных ориентаций студентов вузов Свердловской области. На каждом из шести этапов мониторинга от трети до четверти респондентов были студентами технических специальностей. За годы мониторинга на смену поколениям студентов, чья социализация начиналась еще в советском обществе, пришли постперестроечные поколения, которые пережили достаточно много ломок, реформ и деформаций. На основе вторичного анализа статистических данных личных дел студентов 1, 2 и 5-х курсов разного профиля обучения выявлялась динамика и особенности влияния различных социальных факторов на формирование профессиональных стратегий студенческой молодежи с учетом социально-экономических изменений, в том числе выяснялись формы социально-профессионального наследования [2].

В анализе процессов профессиональной преемственности между студентами технического профиля обучения и их родителями мы учитывали три основные формы: социальное наследование (статус), профессиональное (династичность) и социокультурное наследование (ценностные ориентации и мотивационные установки). Данные нашего мониторинга подтвердили выводы

исследователей о сохранении и, более того, нарастании процессов социального воспроизводства специалистов. Студенты, имеющие родителей в статусе руководителей и специалистов, в два раза чаще, чем студенты из рабочих семей, указывали такой мотив поступления в вуз, как влияние семьи, семейных традиций. Студенты из рабочих семей чаще других указывали такой мотив поступления, как «сюда было легче поступить». Экспансия системы образования (при сокращении участников трудовой деятельности) де-факто ведет к возрождению сословных критериев в распределении социальных шансов. Ряд признаков говорит о том, что дело идет к «рефеодализации» (сейчас замаскированной образованием) в распределении шансов и рисков на рынке труда [1]. Дополнительным аргументом, подтверждающим данный вывод, послужили результаты проведенного нами анализа статистических данных личных дел студентов. Студенты целевого набора не работали до поступления в вуз, а значит, не имели практического представления о выбираемой специальности. Вероятно, их контракты и договорные отношения с предприятиями инициированы в первую очередь родителями — работниками этих же предприятий, что может свидетельствовать если не о профессиональной, то корпоративной преемственности поколений.

Основную долю поступающих составляют абитуриенты, матери которых имеют экономические специальности (60 %), работают в коммерческих организациях (53 %) на должности «специалист», реже встречается категория «мать — руководитель». Что касается отцов, то наибольший удельный вес для всех категорий абитуриентов составляют папы, имеющие техническое образование. Практически 75 % абитуриентов, поступающих на технические специальности, воспроизводят ту же профессиональную ориентацию, что и их отцы. В этом отношении самый высокий процент приходится на абитуриентов, обучающихся по контракту (целевой набор), — 100 %. Налицо поддержание семейной преемственности относительно выбора профиля вуза. Родители-папы, получившие техническое образование, очевидно, играют решающую роль при выборе технического университета. Влияние профессии матери в большей степени проявляется у студентов-гуманитариев и экономистов. В целом разница в силе влияния отца и матери на процесс формирования социально-профессионального статуса незначительна. Подобная поло-ролевая и профессиональная зависимость, безусловно, может свидетельствовать о сохранении семейных традиций профессионального наследования. Социальный статус родителей оказывает определенное влияние на жизненные ориентации детей, на первоначальный выбор профессии.

Исследование процессов профессионального наследования (профессиональных инженерных династий) как социального условия воспроизводства технической элиты является, на наш взгляд, перспективным направлением дальнейшей работы, тем более что в научной литературе рассматриваются динамика и основные факторы сохранения преемственности поколений в науке, медицине, педагогике, заводские династии.

За период студенчества происходит накопление стартового образовательного-профессионального капитала карьеры, первого опыта профессиональной дея-

тельности, расширяются представления о получаемой профессии. Из расплывчатого образа профессии, возникшего на первичном этапе самоопределения (под влиянием семьи, друзей, СМИ и других институтов), формируется более четкое представление о содержании профессии, сопутствующих ей атрибутах (престиже, социальной роли). В то же время настораживает сохраняющаяся недооценка молодыми людьми своего профессионального призвания — при выборе вуза в меньшей степени учитываются способности к этому виду деятельности. Часто это связано с неумением определить свои склонности, способности. Во многом недооценка соответствия своих склонностей и способностей требованиям профессии связана с происшедшими изменениями в ценностных ориентациях молодежи. Лишь один из четырех студентов выделил «творчество, реализацию способностей» как наиболее значимую для него жизненную ценность. В условиях, когда ориентиром для страны становится модернизация, «инновационная экономика» (что является объективной необходимостью, тем более что Россия на этот путь вступает с серьезным отставанием от развитых индустриальных стран), отмеченная недооценка будущими специалистами соответствия профессии их склонностям и способностям ставит под угрозу подготовку инноваторов.

Наряду с такой формой профессиональной преемственности, как наследование семейных профессиональных традиций (элементы династичности), значимо влияние семьи как особой институциональной микросреды, обеспечивающей включенность детей в культуру определенного типа. Можно говорить о преимущественно социокультурной форме профессиональной преемственности в семье, когда формируется система ценностных ориентаций, определенное отношение к труду, а не только к конкретной специальности.

В 2010–2011 гг. нами было проведено комплексное психолого-социологическое исследование ценностных ориентаций студентов четвертого курса технических институтов Уральского федерального университета (100 человек). Традиции проведения подобных исследований позволяют рассматривать данную выборку как репрезентативную, учитывая глубину, комплексность, трудоемкость используемых классических методик.

Социально-психологическое исследование ценностных ориентаций студентов-старшекурсников проходило с использованием следующих валидных и адаптированных методик: 16-факторной личностной методики Кеттелла (ее развернутая интерпретация производилась как на основании классических рекомендаций, так и на основании собственных авторских разработок (А. Ю. Петров), явившихся результатом многолетних исследований с использованием данной методики), методики Л. П. Калининского по психодиагностике мотивационных характеристик лидерской деятельности, а также методики определения терминальных (смысложизненных) ценностей.

Опрошенные нами студенты-«технари» единодушно оценили в 5,0 баллов (из 10 максимально возможных) место, которое занимает сфера обучения и образования в их рейтинг-списке жизненных ценностей. Полученный балл, отражающий стремление молодых людей к непрерывному повышению своей образованности и расширению своего кругозора, оказался не столь высок и находится, как говорят в таких случаях, «где-то посередине».

Между тем сферу профессиональной деятельности, как терминальную ценность, студенты, овладевающие техническими специальностями, ставят, по сути, на порядок выше сферы образовательной (6,7 баллов против 5,0!). Сфера семейного благополучия в сравнении с образовательной сферой оценивается нашими респондентами также выше (6,45 против 5,0). На первое место в рейтинге ценностей с 7,95 баллами у «технарей» выходит сфера социальной жизни и активного общения, имеющая широкий диапазон своего проявления — от банальной студенческой «тусовки» до участия в общественно-политической деятельности. Мы вовсе не умаляем значение университета как места получения новых знаний, но полагаем, что для значительного числа студентов (и студенты-«технари» здесь не исключение) вуз становится местом не столько учебы, сколько встречи и «тусовочного» общения единомышленников: 7,95 баллов (оценка вуза как возможности полноценного социального взаимодействия с референтным кругом лиц) против 5,00 баллов (оценка вуза как традиционной возможности получения новых знаний).

Была выявлена устойчивая корреляционная зависимость между сферой образования как терминальной ценностью и возможностью активных социальных контактов со сверстниками (коэффициент +0,75). Примечательно, что для будущих инженеров сфера активной социальной жизни и контактов со сверстниками-единомышленниками была единодушно поставлена на первое место в рейтинге терминальных ценностей, обогнав остальные сферы: профессиональной жизни (6,7), семейного благополучия (6,45), увлечений-хобби (5,85), обучения и образования (5,0).

В итоге у студентов технических специальностей отмечаем яркое и всеохватное *стремление к достижению* значимых результатов буквально во всех жизненных сферах: через реализацию профессиональной карьеры (коэффициент корреляции +0,78), успех (достижение), который оценивается будущими инженерами через фактор достойного материального положения (+0,63). Тем не менее примечательно, что профессиональный успех (карьера) весьма слабо ассоциируется/коррелирует в глазах «технарей» с возможностью профессионального творчества/креативности (+0,45) и духовного саморазвития (+0,46). Иными словами, первостепенным и определяющим профессиональный успех выступает, по мнению наших респондентов, *фактор материального вознаграждения*. Все остальные факторы (креативность, общение с коллегами, возможность выхода на инновационные виды деятельности и т. п.) отступают на второй план.

Корреляционный анализ выявил у будущих инженеров слагаемые престижа как неотъемлемой части их ценностных установок. В среде «технарей» весьма престижными считаются сохранение собственной индивидуальности (коэффициент корреляции +0,57), широкие знакомства и связи (+0,67), общая эрудиция, интеллект и образованность (+0,69). Ценностная установка студентов в контексте освоения ими технических знаний и перспективы их дальнейшего применения видится нам несколько ограниченной: овладеть трудоемкой технической специальностью, безусловно, престижно (+0,69), работать же впоследствии по технической специальности, по мнению наших респондентов, малопрестижно (всего +0,39).

Корреляционный анализ позволил существенно дополнить групповой психологический портрет сегодняшних студентов-«технарей». По нашим данным, уровень интеллекта и образованности нынешнего «технаря» положительно коррелирует с психологическим тактом и воспитанностью (+0,52), а также эмпатией и сочувствием (+0,65). Фактор эмоциональной устойчивости и силы собственного «я» положительно коррелирует с фактором инициативы, азарта и фактором социальной смелости (+0,67 и +0,54 соответственно), а также с лидерскими качествами социального доминирования (+0,72). Фактор чувства долга положительно коррелирует с фактором внутреннего напряжения под воздействием слишком большого числа потребностей (+0,52). Иными словами, *образ студента-«технаря» продолжает стойко и положительно ассоциироваться в глазах окружающих с понятиями «трудолюбие», «трудоёмкость» и «внутреннее напряжение».*

Но, что удивительно, фактор независимости во взглядах уже отрицательно коррелирует с целым набором необходимых для карьерного роста качеств, и прежде всего таких, как деловитость (-0,60) и уверенность в себе (-0,52). Иными словами, наши респонденты вынужденно нацелены сегодня на весьма шаблонную и стандартную линию — алгоритм карьерного поведения (сила «я», инициатива, азарт, доминирование, социальная смелость), гарантированно обеспечивающего профессиональный рост на производстве и в бизнесе. Между тем высокий интеллект и образованность, по мнению респондентов, корреляционно связаны с проявлениями карьерной слабости (сочувствие, эмпатия, такт, воспитанность) в ущерб так называемым «пробивным» способностям и «бойцовским» качествам. Последние, по мнению опрошенных, скорее мешают сегодня карьерному продвижению, нежели способствуют ему. Подобный когнитивный диссонанс приводит к тому, что для будущих специалистов определяющим фактором сохранения их собственной индивидуальности становится не сфера непосредственной профессиональной практики, а сфера не связанных с профессиональной деятельностью увлечений-хобби.

Межпоколенная преемственность выступает для абитуриента технического вуза весьма значимым и определяющим фактором. Почти половина опрошенных нами родителей юношей-выпускников профильных физико-математических классов сделали акцент на семейных традициях как факторе, определяющем выбор профессии, и прежде всего технической. Более того, на фактор давления семейных традиций в процессе профессионального «самоопределения» указали 35,7 % выпускников-юношей, что весьма показательно, учитывая латентность (скрытость) подобного рода признаний от претендующих на независимость и самостоятельность юношей. Между тем девушкам, как показывают полученные нами данные, в вопросе профессионального самоопределения предоставлена относительная свобода выбора: на фактор семейных традиций при выборе ими профессии (и особенно технической) указали лишь 7,7 % родителей девушек, обучающихся в профильных физико-математических классах. Однако сами девушки считают степень родительского влияния и советов при выборе профессии весьма значительной (29,6 %).

Мы оцениваем указанные результаты как высокие, учитывая, что на признания подобного рода вчерашние подростки, принципиально отрицающие

влияние каких-либо внешних факторов и претендующие на исключительную самостоятельность, идут весьма неохотно даже при анонимном опросе. Существенное расхождение во мнениях среди родителей юношей и девушек (43,8 % против 7,7 %) по вопросу о межпоколенной преемственности профессионального выбора свидетельствует о том, что наследование профессии (и особенно технической) идет сегодня, видимо, преимущественно по мужской линии.

1. Бек У. Общество риска: на пути к другому модерну. М., 2000 [Электронный ресурс]. URL:<http://docs.podelise.ru/docs/index-1962.html>.

2. Профессиональные стратегии и ценностные ориентации молодежи в условиях экономического кризиса : информ.-аналит. отчет / под ред. Ю. Р. Вишневого, Л. Н. Банниковой, М. В. Певной. Екатеринбург, 2010.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 61(07) + 615.8 + 613(07) + 796:316.6

О. Р. Белова
Л. Н. Боронина
Ю. Р. Вишневский
Д. Ю. Нархов

ВАЛЕОЛОГИЧЕСКАЯ И ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ*

В статье выявляется специфика социологического подхода к исследованию проблем здоровья, в рамках антропоцентристской парадигмы и интегративного подхода рассматриваются вопросы формирования валеологической и физической культуры личности, показывается взаимосвязь и взаимообусловленность индивидуального и социального здоровья, подчеркивается значимость социокультурного фактора здоровья, в котором проявляются традиции, нормы, ценности, обычаи, социокультурные практики.

Ключевые слова: здоровье, здоровый образ жизни, индивидуальное здоровье, социальное здоровье, валеология, валеологическая культура, физическая культура.

Основной ориентир управленческой деятельности Министерства физической культуры, спорта и молодежной политики Свердловской области — научный подход. Он определяет значимость научной социологической информации, позволяющей разрабатывать инновационные стратегии и формировать оптимальные социальные технологии приобщения различных групп населения области к активным занятиям физической культурой и массовым спортом.

Третий раз подряд (2010, 2011 и 2012 гг.) в области проведен мониторинг отношения населения к занятиям физической культурой и спортом. Его теоретико-методологические предпосылки, прежде всего, включали анализ исходных понятий «здоровье», «валеологическая культура», «физическая культура».

Здоровье не есть дарованное человеку природой благо. Это — ресурс, который человек может реализовать, сохранив и приумножив его, или не реализовать,

* Работа выполнена при поддержке РГНФ. Проект № 13-13-66502.

БЕЛОВА Ольга Рудольфовна — старший преподаватель кафедры социологии и социальных технологий управления Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: Olga.r.belova@gmail.com).

БОРОНИНА Людмила Николаевна — кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий управления Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: bulasmila@mail.ru).

ВИШНЕВСКИЙ Юрий Рудольфович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой социологии и социальных технологий управления, профессор Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: soc_stu@e1.ru).

НАРХОВ Дмитрий Юрьевич — старший преподаватель кафедры организации работы с молодежью Института физической культуры, спорта и молодежной политики Уральского федерального университета (e-mail: d_narkhov@mail.ru).

утратив его, что, к сожалению, у многих происходит сегодня слишком рано. «Здоровье — это та вершина, на которую должен подняться сам человек», — писал валеолог И. И. Брехман [5, 65]. Возрастает и аксиологическое (ценностное) значение здоровья¹.

Социологический подход к проблемам здоровья четко обозначила в начале XXI в. известный российский социолог Л. М. Дробижева. Рассматривая здоровье населения как «интегрированный показатель биологических, социально-культурных и экономических процессов в обществе», она справедливо отметила: «Социологи изучают общественное здоровье для того, чтобы *понять механизмы*, способные регулировать отношение человека к здоровью, его социальную обусловленность и место здоровья в системе ценностей» [7].

«Здоровье, — по Гегелю, — пропорциональность между самостью организма и его наличным бытием, есть такое состояние, когда все органы являются текучими во всеобщем; оно состоит в равномерном отношении органического к неорганическому» [6, 558]. За кажущейся абстрактностью гегелевского подхода стоит глубокое проникновение в суть здоровья: оно не есть нечто присущее лишь данному человеку, его организму, а выступает как отношение этой «самости организма» с наличным бытием, с природной и социокультурной средой. И еще один важный аспект гегелевского определения — процессуальность, «текучесть» здоровья.

Разнообразие трактовок здоровья ориентирует на поиск его интегративного определения. Важный момент на пути к этому — фиксация разнообразия объектов здоровья. Из-за отсутствия четкой классификации одни исследователи в качестве объекта видят «индивидуальное здоровье», другие расширяют его масштабы до «общественного», до «здоровья населения страны». Но здоровье населения должно рассматриваться с широких социальных позиций, должны учитываться различия в условиях труда, быта и потребления, в привычках, обычаях и традициях тех или иных стран, регионов, этносов, социальных общностей, социально-профессиональных групп. При этом даже в условиях глобализации эти различия, как показывает практика, оказываются наиболее устойчивыми, поскольку они становятся неотъемлемым компонентом привычного повседневного поведения людей.

Важный аспект понимания здоровья — его трактовка как условия для выполнения человеком своих обязанностей, в валеологической литературе — это *функциональный подход*. В отечественной социологии медицины здоровье рассматривается как необходимое условие для выполнения трудовых, общественных и биологических функций [14, 7]. Еще в 1975 г. В. П. Казначеев, в русле этого же подхода, определял понятие «здоровье» как «процесс сохранения и развития биологических, психических, физиологических функций, оптимальной трудоспособности и социальной активности человека при максимальной продолжительности его активной жизни» [10].

¹ В. А. Бароненко и Л. А. Рапорт приводят важное в данном отношении наблюдение Д. Бома, обратившего внимание на то, что латинское *Valeo* (здравствовать) и английское и французское *Valeo* (ценность), имеющие один корень, как бы подчеркивают, что здравствовать — значит ощущать значимость своей жизни [см.: 3, 7].

В рамках *биосоциального подхода* здоровье определяется как *динамическое равновесие организма и окружающей среды*. При этом особую роль приобретает понятие *нормы здоровья*. Она обычно трактуется как состояние оптимальной жизнедеятельности человека. Соответственно достижение и сохранение такого состояния соотносится с процессами активной саморегуляции и адаптации человека к окружающей среде. Важный момент, который обычно недооценивается в характеристике здоровья, подчеркнут А. Г. Щедриной: «Здоровье — это целостное многомерное динамическое состояние (включая его позитивные и негативные показатели), которое развивается в процессе реализации генетического потенциала в условиях конкретной социальной и экологической среды и позволяет человеку в различной степени осуществлять его биологические и социальные функции» [цит. по: 3, 61]. Как видим, здоровье рассматривается не в статике, а в динамике. Это позволяет обосновать управление факторами здоровья, среди которых физическая культура населения является одним из основных. Итак, здоровье пролонгируется на весь жизненный цикл человека; оно рассматривается как «процесс сохранения и развития его психических и физических качеств, оптимальной работоспособности и социальной активности при максимальной продолжительности жизни» [Там же, 62].

Исследователи нередко трактуют понятия «здоровье» и «норма» как тождественные, используя понятия «*абсолютное здоровье*» и «*практическое здоровье*». Первое — не существующее в реальных условиях состояние организма — скорее может выступать как ориентир, образец. Персонификация такого образца — выдающиеся спортсмены, чьи достижения (нередко измеряемые в миллиметрах, долях секунды и т. д.) раскрывают огромные потенциальные возможности организма человека. Современный мир все более демонстрирует и неисчерпаемые психологические возможности человека. Второе (практическое здоровье) — соотносится с нормой, отклонение от границ которой можно считать болезнью, патологией.

В русле абсолютизации индивидуальных особенностей человека встречается и отрицание возможности установить какие-либо нормы. Такова позиция Р. Уильямса, видевшего в каждом человеке «отклонение от нормы» [2, 32]. В отечественной валеологии (преимущественно медицинской направленности) утвердилось понимание нормы как «биологического оптимума живой системы» или — с учетом процессуальности здоровья — «диапазона оптимального функционирования организма» [12, 17–18]. Конкретной реализацией данного подхода является использование понятия «практически здоровый человек» применительно к человеку, у которого наблюдающиеся в организме отклонения от нормы не сказываются на самочувствии и не отражаются на работоспособности. Впрочем, исторически меняются и сами нормы, что особенно наглядно проявилось в отношении параметров психофизиологического и социокультурного развития подростков в ходе акселерации. Здоровье следует рассматривать в динамике изменений внешней среды, в процессе индивидуального развития организма в течение всей жизни.

Подчеркнем ограниченность определений здоровья через отрицание (по принципу «*Definicio per negatio*»), основывающихся на формулах: здоровье =

отсутствие болезни; болезнь = проявление утраты здоровья (какой-то части здоровья). Так, В. П. Куликов разграничил «*сантивность*» (от *sanos* — здоровье; потенциал здоровья индивида, его количественные и качественные характеристики) и «*пативность*» (вероятность болезни, ограничения жизнестойкости и в конечном счете смерти). Основываясь на представлениях о взаимообусловленности пативности и сантивности, он «предложил использовать болезнь для верификации количественных показателей здоровья» [9].

Для утверждения иных позитивных трактовок здоровья особую роль играет определение, принятое ВОЗ еще в 1946 г.: «Здоровье является состоянием полного физического, психического и социального благополучия, а не только отсутствием болезней и физических дефектов» [19, 100], и ставшее отправным пунктом для медико-социальной интерпретации здоровья. Для социологического подхода весьма важными являются изыскания наших коллег (психологов, педагогов, физиологов и т. д.), касающиеся более глубокого понимания физического здоровья, рассматриваемого не только как отсутствие болезней, но и как определенный уровень физической подготовленности и функционального состояния организма. В определениях здоровья стали акцентироваться качества и степень развития организма человека, позволяющие ему адекватно функционировать и взаимодействовать с окружающей средой [3].

Более глубоким становилось и понимание самого человека в единстве биологического и социального. Причем применительно к отечественной гуманитарной науке можно говорить и о существовании определенной абсолютизации социального в советский период, и о растущем понимании равнозначности обоих компонентов этого единства. В какой-то мере это отразило общие изменения в социологии — отказ от доминирования социоцентристской парадигмы, возрождение антропоцентристской парадигмы и утверждение интегративного подхода. В понимании самого здоровья акценты смещались: от выживания — к качеству жизни и от роли внешних факторов (условия жизни, труда и быта, развитие системы здравоохранения и медицинских услуг) — к личностному пониманию важности здоровья и ответственности за свое здоровье. Задача социологов состоит в том, чтобы зафиксировать, как происходят эти изменения в сознании россиян, отдельных социальных, социально-демографических, социально-территориальных и социально-профессиональных групп, насколько утвердилось новое понимание здоровья, насколько сохраняет свои позиции старое понимание здоровья.

В этом плане интересны наблюдения Л. М. Дробижевой, отметившей — на основе результатов социологических исследований, — что «в российской повседневной практике» на рубеже XX и XXI вв. «сформировалась именно “культура нездоровья”» [7]. Обращая внимание на наличие «в традициях российской, русской культуры» здоровья как ценности, социолог подчеркивает: «...сама ценность здоровья в конкретных исторических условиях приобретала разное значение» [Там же]. Конкретизируя это методологически важное положение, она соотносит отношение к здоровью (понимание ценности здоровья) с доминированием той или иной парадигмы в социологии. В частности, доказывая ограниченность «культы здоровья» в России в советский период (и полемизируя тем

самым с ностальгией по тем временам, когда «здоровью населения уделялось большое внимание»), Л. М. Дробижева раскрыла основное противоречие этого «культы»: «Целевая установка в советские времена была — здоровье для человека, но его жизнь нужна для государства» [7]. И тем знаменательнее выглядит зафиксированное социологами качественное изменение последних десятилетий: здоровье становится приоритетной личностной ценностью.

Но и тут возникают серьезные исследовательские проблемы, связанные с разграничением ценностей на *инструментальные* и *терминальные*. На рубеже XX и XXI вв. социологи зафиксировали: «...здоровье как средство достижения целей и здоровье как ценность для того, чтобы жить долго и полноценно — приходят в противоречие, и первый, инструментальный, подход доминирует» [Там же]. Задача дальнейших социологических исследований и состоит в том, чтобы выявить основные тренды этого процесса. Важно не только разграничить индивидуальное здоровье и социальное здоровье, но и показать их взаимосвязь, взаимообусловленность.

К сожалению, во многих определениях социального здоровья эта взаимосвязь недооценивается (хотя, возможно, и подразумевается): «Социальное здоровье — благополучие людей, проявляющееся в ценностях, атмосфере, отношениях и организации общества, что в целом обеспечивает общественное развитие» [10, 17]. Но появляются и трактовки в духе антропоцентризма: «Для изменения ситуации в стране к лучшему, необходимо в корне изменить систему жизненных ценностей, отношения к природе и взглядов на окружающий мир. В соответствии с этим жизнь и здоровье человека должны быть признаны высшими ценностями... Образование, карьера, богатство и все другие ценности не принесут счастья, они потеряют свою ценность и значение с потерей здоровья и жизни» [15, 152].

Акцент на индивидуально-личностное основание социального здоровья позволяет не только соотносить социальное здоровье со здоровьем населения и общностей, но и выделить в качестве важного показателя социального здоровья социальную адаптацию, социальное самочувствие, определяющие взаимодействие общности и личности с социальной средой.

Подчеркивается значимость социокультурного фактора здоровья, в котором проявляются традиции, нормы, ценности, обычаи, социокультурные практики [13, 20–23]. Определяющим здесь выступает понимание способности воспроизводства полноценной личности в качестве субъекта общественного развития как главного признака социального здоровья общества и его общностей. Тем самым подчеркивается субъектность носителя здоровья. Эта субъектность в литературе рассматривается в двух аспектах. Во-первых, как предпосылка, обязательное условие благополучия человека. Во-вторых, как ответственность человека за свое здоровье. Исполнительный комитет ВОЗ отметил (1995), что «осознанная ответственность общества и, прежде всего, каждого человека за сохранение и поддержание на надлежащем уровне собственного здоровья... ключевой фактор, без которого усилия служб национального здравоохранения по достижению здоровья для всех будут оставаться недостаточно эффективными» [1].

Социологи, чье назначение выявлять, насколько та или иная тенденция, тренд становятся массовыми, фиксируют: у многих россиян пока такое чувство ответственности за свое здоровье не сформировано, ответственность за него еще не занимает значимого места в системе приоритетов каждого отдельного россиянина, значительная часть населения России психологически не готова нести ответственность за свое здоровье. Мы не можем согласиться с правильными, но абстрактными положениями типа: «Для каждого человека здоровье — главная ценность жизни. Его надо сохранять, оберегать и улучшать — это должно стать постулатом жизни каждого». Задача состоит в том, чтобы проследить, какие изменения происходят сегодня в социокультурной среде, насколько каждый человек понимает ценность здоровья, насколько он уже сегодня готов его «сохранять, оберегать и улучшать». Поэтому трудно согласиться с мнением, что основной причиной пассивного отношения к занятиям физкультурой и спортом является отсутствие знаний о влиянии физкультуры на разные стороны жизнедеятельности человека. Бесспорно, эти пробелы в информированности не могут не усиливать отмеченную пассивность. Но все-таки главное, на наш взгляд, в том, что *антропоцентристский* (идуший от человека) *подход* пока не очень развит [11]. Хотелось бы обратиться к идее выдающегося социолога и психолога XX в. Э. Фромма — о «плодотворной ориентации личности», которая «означает фундаментальную установку, способ отношения во всех сферах человеческого опыта», «плодотворность — это человеческая способность использовать свои силы и реализовать заложенные в человеке возможности» [18, 66].

Для эмпирического социологического исследования подходит интегративное определение здорового образа жизни, которое дают, обобщая современные представления о здоровом образе жизни, В. Бароненко и Л. Рапопорт: «Здоровый образ жизни — это типичные формы и способы повседневной жизнедеятельности человека, которые укрепляют и совершенствуют адаптационные (приспособительные) и резервные возможности организма, обеспечивая тем самым успешное выполнение своих социальных и профессиональных функций» [3, 64]. Применительно к физической культуре и спорту это означает необходимость учитывать в единстве объективные и субъективные факторы.

Антропоцентристский подход к физкультуре и спорту связан с трактовкой физической культуры как неотъемлемой части культуры. Культура же — в русле самореализационной концепции культуры, развитой в работах уральского социолога и культуролога Л. Н. Когана, — это «мера и способ реализации сущностных сил человека в его социальной деятельности и в результатах этой деятельности» [8, 184]. Процесс социализации в ходе освоения культуры реализуется и как индивидуализация личности, и как обретение ею уникальности, неповторимости. Культура тесно связана со свободой человека. Она освобождает его от шаблонов и стереотипов, придает деятельности человека характер самодеятельности, свободного самовыражения личности.

Интересна идея Ф. Тенбрука о «репрезентативной культуре»: «Культура представляет собой общественное явление постольку, поскольку она является репрезентативной культурой, т. е. вырабатывает идеи, значения и ценности, которые действуют в силу их фактического признания. Она охватывает убеж-

дения, оценки, картины мира, идеи и идеологии, которые воздействуют на социальное поведение в той мере, в какой члены общества или их активно разделяют, или их пассивно признают» [20, 29]. Акцент на реализации сущностных сил человека и репрезентативности придает физической культуре качественно новый — *личностный* — смысл.

Представляется важным и соотнесение физической культуры и спорта. Термин «*спорт*» (от старофранцузского «*de sporte*» — развлечение, увлечение, забава) сегодня означает не только увеселения, но в большей степени «результат и сравнение результатов; существенные стороны стремления к достижению физических результатов в соревновании и состязании самого разного вида» [16, 322]. В русле антропоцентристского подхода важно сохранить «увлечение» (потребность, интерес) и в современном понимании спорта. Под физической культурой понимается «совокупность всех целей, задач, средств, форм и мероприятий, способствующих физическому развитию и совершенствованию людей. Сюда входят физические упражнения, физическое воспитание, спорт» [Там же]. При этом речь идет не столько о распространенном разграничении массовой физической культуры (спорт для всех), спорта высших достижений (олимпийский спорт), профессионального спорта (зрелищно-коммерческий спорт). Физкультура и спорт высших достижений — близнецы-братья, одно не может гармонично развиваться без другого. Если не будет спорта высоких достижений, то к чему будут стремиться физкультурники? Кто раздвинет пределы возможностей человеческого организма? За кого в конце концов будет болеть страна на международных соревнованиях? Ведь спорт — это школа воспитания мужества, характера, воли. И, наоборот, откуда возьмутся спортсмены-профессионалы, если массовый спорт в упадке? Важно подчеркнуть и еще один аспект социальной ценности большого спорта: достижения выдающихся рекордсменов зачастую находятся на грани физиологических и психических возможностей здорового человека. Анализ максимальных человеческих возможностей позволяет определить пути рационального развития и использования имеющихся у каждого человека природных способностей в его профессиональной и общественной деятельности [17].

Сложнее соотнести физическую культуру и массовый спорт. Массовый спорт охватывает все виды соревновательной деятельности человека, направленной не на достижение высших спортивных результатов или материальных выгод, а на личностное развитие и решение социальных задач (социализация, оздоровление, интеграция, содержательный досуг и т. п.). Эта соревновательность и позволяет выделить массовый спорт как специфическую часть физической культуры. Спортивная состязательность не только способствует улучшению физиологических показателей тела, но и развивает полноценную личность, способную контролировать борьбу своих страстей и желаний. Соревновательный, престижный характер массового спорта обусловил ряд его особенностей.

В современных условиях речь идет о том, чтобы, помимо создания необходимых предпосылок для занятий физической культурой и спортом, изменить многое в менталитете, во взглядах людей на свое здоровье. В первую очередь

сегодня необходимо изменить отношение людей к занятиям физической культурой, они должны стать потребностью самого человека. Социологически значимо замерить уровень физической культуры. К показателям сформированности физической культуры личности можно отнести: степень потребности в физической культуре и способы ее удовлетворения; интенсивность участия в физкультурно-спортивной деятельности (затрачиваемое время, регулярность); характер сложности и творческий уровень этой деятельности; выраженность эмоционально-волевых и нравственных проявлений данного человека в физкультурно-спортивной деятельности (самостоятельность, настойчивость, трудолюбие, целеустремленность, самообладание, дисциплинированность, коллективизм, патриотизм); проявление самоорганизации, самообразования, самовоспитания и самосовершенствования в физической культуре; уровень физического совершенства и отношения к нему; владение средствами, методами, умениями и навыками, необходимыми для самостоятельного физического совершенствования; системность и глубину усвоения научно-практических знаний физической культуры для творческого использования в практике физкультурно-спортивной деятельности; широту диапазона и регулярность использования знаний, умений, навыков и опыта физкультурно-спортивной деятельности в организации здорового стиля жизни, в учебной и профессиональной деятельности; уровень развития не только двигательной, но и мотивационной, познавательной, эмоциональной, волевой и коммуникативной сфер [4, 9–10].

Основной ориентир для всего человечества определен в программе Всемирной организации здравоохранения «Здоровье для всех в XXI столетии». Конкретизацией этой задачи для России является Концепция охраны здоровья здоровых в Российской Федерации. Ее осуществление нацелено на формирование культуры здоровья, укрепление здоровья здоровых и практически здоровых людей. Но для реализации данной концепции необходимо качественно изменить понимание здоровья, повысить уровень развития культуры здоровья у населения (особенно учащейся и студенческой молодежи), преодолеть сохраняющееся в российском социуме потребительское отношение к своему здоровью, сформировать у граждан высокую валеологическую культуру. Понимание того, что здоровье нации зависит от здоровья каждого гражданина, должно стать ориентиром социальной политики в России.

1. Айзман Р. И. Педагогическая валеология — стратегия самосозидания [Электронный ресурс] // Сиб. учитель. 2000. № 1 (5). URL: http://www.sibuch.ru/_OLD/1_5-00/diskus1_5_1.htm.

2. Актуальность оценки физического развития детей // Практ. медицина. 2009. № 7. С. 32–35.

3. Бароненко В. А., Рапопорт Л. А. Здоровье и физическая культура студента. М., 2003.

4. Бисеров В. В., Рукина И. В., Мухтарова Т. Л. и др. Физическая культура : учеб. пособие. Екатеринбург, 2008.

5. Брехман И. И. Валеология — наука о здоровье. 2-е изд., доп., перераб. М., 1990.

6. Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. М., 1975. Т. 2.

7. Дробизжева Л. М. Ценность здоровья и культура нездоровья в России [Электронный ресурс] // Безопасность Евразии. 2004. № 1. URL: <http://spkurdyumov.narod.ru/Drobizheva3.htm>.

8. Коган Л. Н. Цель и смысл жизни человека. М., 1984.
9. Куликов В. П. Трехмерная модель здоровья. Сантивность и пативность // Валеология. 2000. № 1. С. 15–21.
10. Определение понятия «здоровье». Признаки и показатели индивидуального здоровья [Электронный ресурс]. URL: <http://www.valeologija.ru/knigi/posobie-po-omz/487-opredelenie-ponyatiya-zdorove-priznaki-i-pokazateli-individualnogo-zdorovya>.
11. Паначев В. Д. Спорт и личность: опыт социологического анализа // Социс. 2007. № 11. С. 125–128.
12. Петленко Д. Н., Давиденко В. П. Этюды валеологии: здоровье как человеческая ценность. СПб., 1999.
13. Рагимова О. А. Динамика социального здоровья подрастающего поколения // Изв. Саратов. ун-та. Сер. : Социология. Политология. 2009. Т. 9, вып. 1. С. 20–23.
14. Решетников А. В., Шаповалова О. А. Здоровье как предмет изучения в социологии медицины. М., 2008.
15. Розенфельд Л. Г. и др. Здоровье населения и возможности его сохранения // Материалы международного конгресса валеологов. СПб., 1999.
16. Терминология спорта : толк. словарь спорт. терминов (около 9500 терминов) / сост. Ф. П. Суслов, Д. А. Тышлер. М., 2001.
17. Факторы, определяющие отношение населения к физической культуре [Электронный ресурс]. URL: http://armyrus.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1037&Itemid=
18. Фромм Э. Человек для самого себя // Фромм Э. Психоанализ и этика. М., 1993. С. 85–93.
19. Official. Records of the World Health Organization. 1946. № 2.
20. Tenbruck F. Representative kultur // Haferkamp H. (Hrsg.). Sozialstruktur und Kultur. Frankfurt a. Main, 1990. S. 29.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 316.344.42 + 316.343.652 + 316.344.3

О. В. Васильева
Г. Б. Кораблева

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ЭЛИТА ИНДУСТРИАЛЬНОГО ГОРОДА

Рассматриваются методологические основания исследования интеллектуальной элиты, анализируются подходы к ее изучению в западной и российской социологии, выделяются критерии и признаки данной группы, приводятся результаты эмпирического исследования проблемы.

Ключевые слова: интеллектуал, интеллигенция, профессионал, креативный класс, класс интеллектуалов, интеллектуальная элита.

Термин «элита» активно используется как в повседневной жизни, так и в научном обороте. На элиту как социальную группу, которая отличается от других качествами, признанными в данном обществе как наивысшие ценности, возлагается ответственность за развитие общества. Именно элита становится экспертной группой, которая дает оценку сложившихся условий и задает направление дальнейших перемен. В данной ситуации возникает проблема появления элиты, соответствующей своей высокой миссии. В настоящее время накоплен немалый объем материала о политической элите; употребляется еще и термин «господствующая элита». Как признают многие исследователи, данная группа реально существует в современном российском обществе.

Однако задачи, связанные с эффективным развитием научного и профессионального потенциала во всех сферах жизни, не могут быть выполнены политической или господствующей элитой, так как основной функцией этих элит является осуществление управления ресурсами страны. Поэтому возникает потребность в элитных группах, которые способны осуществить качественное развитие, возможное при формировании высокого интеллектуального потенциала. Исследовательский интерес к таким группам особенно актуализировался на границе второго и третьего тысячелетий.

В начале 2000-х гг. бестселлером стала книга американского социолога Р. Флориды «Креативный класс: люди, которые меняют будущее». В ней он доказывает, что в современном обществе сформировался особый класс творчески мыслящих и действующих людей, от которых напрямую зависят темпы и направления развития как национальных государств, так и человечества в целом. В предисловии к русскому изданию своего труда автор отмечает, что, по его мнению, России принадлежит второе после США место по абсолютному числу работников креативных профессий. Что же касается мирового индекса

ВАСИЛЬЕВА Ольга Владимировна — студентка второго курса магистратуры департамента политологии и социологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: vasiljeva-olia@mail.ru).

КОРАБЛЕВА Галина Борисовна — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и социальных технологий управления Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: korablevag@mail.ru).

© Васильева О. В., Кораблева Г. Б., 2013

креативности, то в нем Россия занимает только 25-е место, что свидетельствует о явно скромном использовании потенциала креативного класса [7, 10].

То, что в обществе формируется особый класс (слой, социальная группа людей), изменяющий настоящее и определяющий будущее страны на основе творческого инновационного мышления, отмечают в своих исследованиях и российские ученые. Но вот вопрос о том, что представляет собой этот класс, является дискуссионным. Определить научные позиции в данной проблеме крайне важно не только в целях развития социологической теории элит, но и для выработки методологических оснований и эмпирических критериев любого прикладного исследования интеллектуальной элиты.

В. Л. Иноземцев называет эту группу людей «классом интеллектуалов» или «интеллектуальным классом» и считает, что он является основным носителем знания и информации как важнейшего ресурса развития общества. Ученый выделяет следующие признаки этого класса: высокий уровень образования и квалификации; востребованность представителей «интеллектуального класса» в разных структурных элементах общественной иерархии; мотивация деятельности этих работников не материальными ценностями, а стремлением к собственному развитию. Однако стоит заметить, что, согласно В. Л. Иноземцеву, представители «интеллектуального класса» сегодня уже обладают материальной базой, а их статус наследуется [4, 69–71].

«Креативный класс», заявленный Р. Флоридой, фактически формируется на основе тех же предпосылок и обладает теми же характеристиками, что и «интеллектуальный класс». Общим для авторов выступает то, что для креативного, как и для «интеллектуального класса», творческая деятельность является результатом не внешней (материальной) мотивации, а внутренних побуждений, стремления к самосовершенствованию и созданию чего-либо нового. Но, как отмечает Р. Флорида, нельзя отождествлять креативность и интеллект, поскольку креативность основана на синтезе полученных знаний и определенных личностных характеристиках. Она означает уверенность в себе, способность сознательно идти на риск, интеллект же — это прежде всего «способность обрабатывать и усваивать большие объемы информации» [7, 45]. По мнению Р. Флориды, креативный класс составляют работники интеллектуального труда, символические аналитики, а также лица свободных профессий и технические специалисты.

Российский социолог М. Н. Афанасьев вводит понятие элиты развития, под которой он понимает «те социальные силы, которые уже показали свои созидательные способности, доказали годность к общепользовному и развивающемуся лидерству» [1, 19]. Среди этих сил он видит лидеров в осваивании институтов цивилизационного социального взаимодействия, мастеров в таких социальных сферах, как поддержание здоровья, накопление и передача знаний, информационное обеспечение, управление коллективной деятельностью, поддержание общественного порядка и др.

Для определения элиты развития автором в рамках эмпирического исследования используются различные рейтинги: прибыли, эффективности, качества. На основе этого, по мнению М. Н. Афанасьева, необходимо выделить семь

социальных групп, представляющих элиту развития: государственная власть и управление, предпринимательство, менеджмент, юриспруденция, наука и образование, здравоохранение, массовая информация и публичная экспертиза. Стоит отметить, что социолог не помещает элиту развития на верхний слой структуры российского общества, его занимает элита господства. Автор отводит элите развития место верхнего среднего класса. Перечисленные выше социальные группы характеризуются ученым с явной положительной окраской.

Несколько иное мнение о формировании таких групп представляет К. Лэш в работе «Восстание элит и предательство демократии». Автор вводит понятие новой элиты, которую отождествляет с высшим слоем среднего класса. Он выделяет следующие признаки такой элиты: быстро растущие доходы; определенный образ жизни, отличающийся от остального населения; разнообразие политических взглядов; обеспеченность материальной базы наличием не только собственности, но и информации и профессиональной компетенции; осуществление капиталовложений в образование и информацию [5].

К. Лэш отмечает, что «новая элита» занимает «самые различные профессиональные специальности: брокеры, банковские служащие, агенты по недвижимости, инженеры, разного рода консультанты, системные аналитики, ученые, врачи, публицисты, издатели, редакторы, рекламные служащие, художественные директора и “киношники”, артисты разного жанра, журналисты, художники, писатели, университетские преподаватели» [5, 30]. Их нельзя назвать правящим классом, так как у них нет единого политического мировоззрения.

Автор выделяет и негативные черты такой элиты, к которым относит: отказ от своей истории и принадлежности к определенной нации, непринятие государственных услуг, что отгораживает ее от государства и позволяет сохранять независимость, в результате чего, однако, снижается и ответственность «новой элиты» за положение страны.

Для выявления особенностей и эмпирических признаков интеллектуальной элиты необходимо обратиться к ее определению, что требует, по нашему мнению, анализа понятия «интеллектуал», используемого как базовое основание для выделения данной группы.

Понятие «интеллектуал» выступает непосредственной социальной характеристикой определенных людей и их объединений. А. А. Балаян, анализируя историю этого понятия, выделяет два уровня его трактовки. В узком смысле оно связано с понятием «автор», взятым из философии постструктурализма, — «это человек, производящий некий уникальный продукт, отсутствующий до этого (текст, визуальное искусство, музыкальное произведение и т. п. может быть таким продуктом)» [2, 66].

В широком смысле в качестве интеллектуальной элиты автором рассматриваются общественные интеллектуалы (ученые, инженеры, врачи, юристы, профессора и т. д.), которые становятся некими «проводниками» между разными сообществами, обеспечивая их взаимопонимание. Ученый доказывает, что промежуточное между государством и политической элитой положение интеллектуалов придает им независимый статус и наилучшие инструменты для взаимодействия с ними и социальными институтами [Там же].

Важными для характеристики интеллектуала являются идеи Ю. Хабермаса, который пишет: «Прежде интеллектуал был обязан различать “влияние” и “власть” и не употреблять то влияние, которого он добивался с помощью слов, в качестве средства для обретения власти» [8, 5]. Хабермас подчеркивает, что интеллектуалы оказывают влияние на общественное мнение и транслируют универсальные ценности.

В российской традиции понятие «интеллектуал» получило распространение сравнительно недавно. До этого наиболее популярной и часто используемой была категория интеллигенции, которая в некоторых трактовках употребляется как синоним интеллектуала, в других противопоставляется ему, а в третьих является частью последнего. При этом исследователями отмечается, что интеллигенция является чисто российским, а точнее, советским феноменом. Л. Гудков, Б. Дубин, Ю. Левада в работе «Проблема “элиты” в сегодняшней России: Размышления над результатами социологического исследования» выражают по этому поводу однозначную позицию: интеллигенция полностью себя изжила, поскольку отказалась от своих ценностей и превратилась просто в государственных служащих [3, 13].

Не разделяя столь категорическую позицию, мы подчеркиваем тот факт, что интеллигенция не может рассматриваться как феномен, тождественный интеллектуальной элите, так как содержание термина не отвечает действительности и продолжает употребляться лишь по принципу инерции.

Анализ понятия интеллектуала дает возможность непосредственно перейти к признакам интеллектуальной элиты и ее определению. В своей монографии «Интеллектуальная элита в матрице современных цивилизационных изменений» Е. Г. Михайлева с точки зрения потенциала и результатов деятельности человека выделяет две группы критериев идентификации интеллектуальной элиты: 1) личные качества и характеристики; 2) результативность деятельности [6].

К первой группе относятся: образование, особое мышление, профессиональный успех и признание, творческое мышление. Образование рассматривается с двух сторон: с одной стороны, это формальные документы, фиксирующие уровень образования (дипломы, сертификаты и т. д.), а с другой — это постоянное самообразование. Особое мышление определяется через такие характеристики, как критичность, логико-понятийный способ мышления, независимость, когнитивность и т. д. При этом отмечается их изменение в зависимости от сферы деятельности. Следующий критерий — творческое мышление, создание чего-либо нового, оригинального в умственной сфере. Профессиональный успех реализуется через компетентность и профессионализм.

Вторая группа критериев — результативность деятельности — определяется социальной значимостью группы интеллектуалов, т. е. элитарностью самого продукта деятельности. Здесь в качестве результатов труда выделяется некий набор накопленных капиталов (человеческого, интеллектуального и др.). Подчеркивается значимость результатов труда для общества, что обозначает принадлежность к элитной группе интеллектуалов, а не к профессии. С данной позицией можно не соглашаться, так как в этом случае недооценивается роль профессии в формировании интеллектуальной элиты.

В своем подходе к пониманию сущности интеллектуальной элиты как особой социальной группы мы будем исходить из того, что определенные способности человека и его интеллектуальные возможности прежде всего развиваются в сфере его профессиональной деятельности, а следовательно, источником формирования данного вида элиты является профессиональная среда.

Сам вид профессиональной деятельности представителей интеллектуальной элиты отличается преобладанием творческой составляющей и высоким уровнем свободы в действиях, а ее мотивация определяется не материальными ценностями, а наличием личных способностей и стремлением к самообразованию. Эти люди обладают высоким уровнем образования и квалификации, которые позволяют занимать высокие социальные позиции, что требует развитого чувства ответственности перед обществом. Результаты деятельности представителей интеллектуальной элиты в силу их социальной значимости получают общественное признание, что делает их носителями и проводниками общих и профессиональных ценностей.

Отсюда под интеллектуальной элитой далее мы будем понимать совокупность авторитетных профессионалов в различных сферах занятости с преобладанием творческой составляющей в профессиональной деятельности, высокого уровня свободы в действиях и ответственности за них, людей, занимающих высокие социальные позиции на основе общественного признания их ценностей, уровня квалификации и профессионализма.

Опираясь на заявленную методологию, в июле — сентябре 2012 г. нами было проведено эмпирическое исследование особенностей интеллектуальной элиты г. Екатеринбурга. Методом анкетирования были опрошены 200 работников пяти профессиональных сфер: науки, образования, здравоохранения, культуры и искусства, инженерно-технической сферы. Выбор этих сфер был обоснован спецификой объекта исследования, главной характеристикой которого является умственный труд.

В рамках проведенного анкетного опроса важно было выяснить: во-первых, по каким параметрам выделяют интеллектуальную элиту в городе, а во-вторых, входят ли в состав интеллектуальной элиты представители выделенных нами профессиональных групп.

Прежде всего, в процессе исследования решалась задача выявить сформированность представлений о специфике интеллектуальной элиты в сознании представителей профессий умственного труда. На основе полученных данных можно говорить, что большая часть (80 %) опрошенных такие представления имеет, хотя при этом не стоит упускать из виду факт, что каждый пятый респондент затруднился с ответом на данный вопрос.

Среди содержательных ответов можно зафиксировать некоторые общие тенденции. Так, чаще всего респонденты раскрывают содержание феномена интеллектуальной элиты через следующие схожие основания: профессиональная деятельность (ученые, преподаватели, работники культуры); статус (руководители, профессора, академики); качественные характеристики (образованность, культура, творчество, профессионализм). На основе этого можно констатировать связь представлений людей об интеллектуальной элите с определенной профессиональ-

ной деятельностью, которая конкретизируется высокими статусными позициями и качественными характеристиками.

Характеризуя интеллектуальную элиту, больше половины участников опроса в целом по массиву акцентировали внимание прежде всего на высоком уровне интеллекта (56,0 %) и культуры (58,9 %) ее представителей. Далее с довольно значительным отрывом выделяется профессионализм (37,1 %). Группа характеристик интеллектуальной элиты, связанная с умением служить обществу, с наличием творческого, инновационного мышления и высокого профессионального статуса, занимает промежуточное положение в оценках респондентом и находится в пределах 20 %.

А вот известность как форма общественного признания результатов деятельности представителей интеллектуальной элиты и ее значения для общества среди характеристик принадлежности к данной группе вообще отмечается незначительным числом участников опроса, что свидетельствует скорее об определенной степени закрытости профессиональных общностей, в рамках которых формируется интеллектуальная элита.

Связь интеллектуальной элиты с конкретной профессиональной деятельностью можно проследить и в отношении влияния сферы деятельности респондентов на характеристику этой элиты. Первое, что стоит отметить, это в той или иной степени лидирующее положение высокого уровня интеллекта и культуры среди большинства представленных профессиональных групп. Вместе с тем если представители науки, образования, культуры и искусства на первое место среди предложенных характеристик ставят культурные (около 70 %), то работники инженерно-технической сферы в равной степени — интеллект и профессионализм (45,2 %). А далее по рангу следуют инновационность мышления (35,0 %) и умение служить обществу (32,5 %). Инженерно-технические специалисты в большей степени вместе с работниками здравоохранения осознают ответственность интеллектуальной элиты перед обществом (22,5 % по сравнению с 8,6 % в сфере образования, например).

Если говорить об инновационности мышления, то в век стремительного развития техники и новых технологий она определяет и развитие общества, и конкурентоспособность конкретного предприятия, а также выступает профессиональным требованием не только к группам элиты. Умение служить обществу исходит из традиции промышленных городов, развитие которых было обусловлено объемом и качеством технических разработок.

Профессиональные статусные позиции оказались наиболее значимыми для науки и образования (31,4 % и 34,3 %), где они традиционно выражаются в наличии ученых степеней и званий. А вот на особый образ жизни интеллектуальной элиты ссылается каждый пятый представитель культуры и искусства.

Как было отмечено выше, для выделения интеллектуальной элиты, по нашему мнению, важную роль играет вид профессиональной деятельности. А что думают об этом участники опроса? Представителей каких профессиональных общностей они отнесли, прежде всего, к данной группе? Анализ ответов на открытый вопрос показал, что респонденты в первую очередь включают в состав

интеллектуальной элиты профессорско-преподавательский состав, научных работников и деятелей культуры.

Вместе с тем когда речь идет об отдельных профессиональных группах, то большинство респондентов считают, что в интеллектуальную элиту входят представители их профессии. Так ответили 73 %. В данном случае важно проследить распределение ответов на вопрос о причастности представителей разных профессиональных групп к интеллектуальной элите. Большинство опрошенных работников науки, образования, а также культуры и искусства согласны с тем, что они входят в интеллектуальную элиту. В здравоохранении процент отрицания этого обстоятельства немного выше, но по-прежнему больше половины соотносят свою профессиональную деятельность с интеллектуальной элитой. Больше всего неопределенности в инженерно-технической сфере, где наблюдаются примерно равные доли в ответах на вопрос.

Выделение интеллектуальной элиты как обособленной группы со своими специфическими характеристиками и структурой предполагает и определение ее роли в обществе. Переходя к содержательному анализу видения респондентами назначения интеллектуальной элиты, можно отметить общую направленность ответов: интеллектуальная элита должна оказывать влияние прежде всего на формирование и развитие специфических для нее сфер деятельности. Конкретизация функционального и ролевого назначения интеллектуальной элиты в индустриальном городе дифференцирует эту тенденцию. Примерно половина опрошенных считают, что все заданные функциональные роли реализуются ею в незначительной степени. Возможно, такая оценка провоцируется противоречием между функциональными задачами интеллектуальной элиты и ее реальными возможностями изменить ситуацию в городе, которые определяются сложившимися условиями.

Таким образом, интеллектуальная элита индустриального города в целом признается по результатам нашего исследования социальной группой. При этом для идентификации данной группы элиты наиболее важны профессиональный статус и сфера деятельности.

Вместе с тем за рамками нашего анализа интеллектуальной элиты осталось большое количество методологических и практических проблем, требующих специального исследования. В европейской и американской социологии интерес к их решению постоянно возрастает. Причина этого связана с повышением роли интеллектуальной элиты в жизни общества. В российской же ситуации продолжает доминировать политический тип элиты, что определяет и направленность научных интересов. Сегодня можно лишь обозначить некий запрос и потребность в элитах нового типа с преобладающими признаками компетентности и профессионализма в специальных сферах, которые позволят вывести страну на новый этап развития.

1. *Афанасьев М. Н.* Российские элиты развития: запрос на новый курс. М., 2009.

2. *Балаян А. А.* Проблема идентификации и степень воздействия интеллектуальной элиты на социально-политические процессы в Европе // Герценовские чтения: Актуальные проблемы социальных наук : сб. науч. и учеб.-метод. тр. СПб., 2011. С. 65–71.

3. Гудков Л. Д., Дубин Б. В., Левада Ю. А. Проблема «элиты» в современной России: Размышления над результатами социологического исследования. М., 2007.
4. Иноземцев В. Л. «Класс интеллектуалов» в постиндустриальном обществе // Социол. исслед. 2000. № 6. С. 67–77.
5. Лэйш К. Восстание элит и предательство демократии / пер. с англ. Дж. Смити, К. Голубович. М., 2002.
6. Михайлева Е. Г. Интеллектуальная элита в матрице современных цивилизационных изменений. Харьков, 2007.
7. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее : пер. с англ. М., 2011.
8. Хабермас Ю. Первым почуть важное: Что отличает интеллектуала // Неприкосновенный запас. 2006. № 3. С. 5–13.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 316.3 + 316.334.22 + 316.44

**З. Т. Голенкова
Е. Д. Игитханян**

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОЦИАЛЬНО-СТРУКТУРНЫХ ОТНОШЕНИЯХ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Исследуются процессы, связанные с внутренними механизмами формирования фактически новой социальной структуры современной России. Предлагаются для рассмотрения следующие параметры: основные факторы трансформации социально-структурных отношений, выработка адекватных современному рынку труда потребностей занятого населения, его отдельных слоев; направления потенциальной и реальной социально-трудовой мобильности. В основе статьи — данные государственной статистики (Росстата) и материалы конкретных эмпирических исследований.

Ключевые слова: социальная структура, рынок труда, занятость и безработица, профессиональная структура, менеджер, социальная мобильность, уровень жизни и материальное положение, производственная структура, социальная адаптация, ценностные ориентации, социальный ресурс.

Проблематика социальной стратификации российского общества всегда являлась и является в настоящее время приоритетной в российской социологии. Уже в 1960–1980 гг. появляются исследования, изучающие новые формы социальной дифференциации и интеграции. Возникает особый интерес к анализу классово-группового воспроизводства, образования межклассовых и межсоциальных общностей. Достаточно интенсивно развиваются исследования, связанные

ГОЛЕНКОВА Зинаида Тихоновна — доктор философских наук, профессор, заместитель директора по научной работе, руководитель Центра исследования социальной структуры и социального расчленения Института социологии РАН, г. Москва (e-mail: golenko@isras.ru).

ИГИТХАНИЯН Елена Давыдовна — кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник Института социологии РАН, г. Москва (e-mail: golenko@isras.ru).

© Голенкова З. Т., Игитханян Е. Д., 2013

с направлениями социальной мобильности и социальных перемещений, изучением регионов и городов, социально-классовой структуры и национальных отношений. Уже в эти годы начата разработка показателей, характеризующих социоэкономическую типологию регионов.

Изучая основные закономерные тенденции таких важнейших общественных процессов, как социальная структура и стратификация, необходимо оценивать в диалектическом и органическом взаимодействии социальную дифференциацию и социальную интеграцию. С одной стороны, неизбежно дифференцирующее начало, связанное с объективными изменениями во всех сферах общества. Отсюда — кажущееся отсутствие социальной стабильности. С другой — именно эта «нестабильность» и приводит к реальному, также объективному, возникновению и интеграции новых социальных классов, групп, слоев, их взаимопроникновению и иерархии. В этом же ряду мы наблюдаем возникновение таких социальных статусов, как профессиональные, территориальные, региональные, этнические, доходные и т. д. Эти, на первый взгляд кажущиеся разрозненными процессы являются фундаментальной основой целостной социальной системы, которая трансформируется под влиянием именно данных векторов, внутренних движущих сил, порождая зачастую полиидентичность социальную.

С определенностью можно утверждать, что в российском обществе активизируются внутренние механизмы структурообразования, связанные с кристаллизацией фактически новой социальной структуры. Это — системный процесс, выделим главные его слагаемые:

- основные тренды формирования социальной структуры в современной России;
- становление адекватного современным реалиям рынка труда трудоспособного населения, особенно его квалифицированных слоев;
- ориентация социальных слоев и групп на созидательный мотивированный труд;
- направления трудовой мобильности представителей различных социальных групп.

Таким образом, необходимо ясно представить масштабы изменений, произошедших за годы реформ, учесть положительный и негативный опыт и наметить пути дальнейшего социального преобразования в плане реализации интегративных начал в политической, экономической и социальной сферах общества.

Рассмотрим основные направления модификации социально-структурных отношений и факторы, их обуславливающие.

При реализации любой социально-экономической политики на первый план выходят проблемы, связанные с развитием всех социально-структурных процессов. Поэтому чрезвычайно актуальным становится исследование динамики взаимодействия различных социальных групп и слоев, становления их интересов, значимости различных аспектов социального неравенства между ними. Это связано, прежде всего, с изменениями в отношениях собственности, появлением новых форм в системе властных отношений, резкой дифференциацией в уровне доходов различных групп населения. Кроме того, весомыми становятся и такие факторы, как изменение структуры занятости населения, формиро-

вание новой поляризации различных видов труда — преимущественно ручного и научно-индустриального, а также отраслевой его специфики. Происходит радикальная трансформация экономического потенциала социальных групп: формируются класс собственников — крупных, средних, мелких и класс наемных работников, основной экономический потенциал которых составляют доходы от работы по найму в государственном, смешанном или частном секторе. В то же самое время возрастает значение индивидуальной состоятельности в процессах социального продвижения людей к более высокому социальному статусу, формируются устойчивые связи, консолидирующие социальный потенциал общества.

Одним словом, налицо многомерное, иерархически организованное социальное пространство (социальная стратификация), в котором социальные слои, группы, классы и другие социальные элементы дифференцированы по степени обладания властью, собственностью, социальным статусом, имеют свою систему ценностных ориентаций, свои ролевые функции.

Все это связано с такими всеобщими тенденциями, как глобализация мирового пространства, интеграция в сфере экономики, политики, образования, информации, с одной стороны, и регионализация — с другой.

Настоящий период в социально-экономической жизни России характеризуется качественными изменениями форм собственности: на смену прежде монолитной государственной собственности пришло разнообразие форм. Так, в 2011 г. доминирующей формой собственности стала частная (59 %), она увеличилась по сравнению с 2002 г. в 1,2 раза. Затем по убывающей — государственная и муниципальная (29,7 %), смешанная российская (6,3 %), смешанная российско-иностранная (4,3 %), собственность общественных и религиозных организаций (0,7 %) [1, 133].

Анализируя занятость населения по секторам экономики, выделим также неформальный сектор и население, занятое в нем. Последний рассматривается как совокупность производственных единиц — домашних хозяйств, которые осуществляют производство товаров и услуг для реализации на рынке и не являются самостоятельными юридическими единицами. Необходимо отметить специфическое воздействие этого института на формирующийся рынок труда и всю социально-трудовую сферу. Именно он существенно влияет на гибкость российского рынка труда. Миллионы работников заняты в этом секторе без контрактов, без гарантий заработной платы, без социальной защиты. Данный сектор очень быстро реагирует на рыночный спрос на товары и услуги. Поэтому российский рынок труда является значительно более гибким, чем можно было бы предположить на основе анализа официальных институтов, в том числе норм трудового права, реально соблюдаемых в полном объеме только на части предприятий формального сектора. Наиболее важная социально-экономическая функция неформального сектора состоит в том, что он амортизировал сокращение занятости в формальном секторе в 90-е гг., дав части россиян возможность заработать и смягчив тем самым социальное напряжение в обществе. К началу 2010 г. в неформальном секторе было занято более 11,6 млн человек. Этот сектор охватывает 16,6 % общей численности занятого населения [3, 71].

Отмечаются следующие тенденции в структуре населения, занятого различными видами экономической деятельности. В 2011 г. преобладала доля занятых в сфере услуг. Так, в отраслях, производящих товары (промышленность, сельское и лесное хозяйство, транспорт и связь, строительство), на основной работе было занято около 37,7 % общей численности населения; в отраслях, производящих услуги, соответственно 62,3 % [1, 134]. Сущность постиндустриальных рыночных сдвигов заключается в относительном и абсолютном уменьшении занятости в отраслях, производящих по преимуществу материально-вещную продукцию, и росте доли работающих в отраслях информационного, научного, финансово-торгового, социально-культурного обслуживания и в управлении.

В современной России сокращение промышленной занятости происходит не только в результате выталкивания из производства действительно избыточной рабочей силы, повышения производительности и интенсивности труда, закрытия отсталых и ненужных производств, но и из-за упадка производства и неприспособленности к рынку технически вполне развитых предприятий. Прогрессивный в целом перелив занятых в третичный сектор сочетается в ходе финансово-экономического и социально-политического кризиса с переливами не в отсталые, а зачастую в наиболее развитые узлы индустриальной и научно-индустриальной сферы. Преимущественное внимание по-прежнему уделяется сырьевым отраслям, обеспечивающим валютные поступления от экспорта.

Изменения в экономике страны в определенной степени трансформировали социально-профессиональную структуру занятого населения. Эти изменения привели к новым подвижкам в социальной структуре, к формированию новых групп и слоев в составе занятого населения. Социальная статистика предлагает довольно пространственный перечень групп занятий (профессий), отражающих распределение занятого населения в зависимости от функциональных особенностей труда (руководители — исполнители), характера и содержания труда (умственный, физический, требующий высшей, средней квалификации, неквалифицированный). В табл. 1 показана динамика распределения профессиональных групп, объединенных в блоки занятий, в общей численности занятых в экономике по месту основной работы в 2001, 2003 и 2011 гг.

Данные табл. 1 позволяют сделать следующие выводы. За последние 10 лет произошло резкое увеличение властного и административно-управленческого аппарата — в 2 раза; это самый значительный рост данной социальной группы. Определенные количественные изменения претерпели специалисты высшей и средней квалификации. Что касается квалифицированных рабочих, то в промышленном производстве их число сокращается.

Трансформационные процессы в стране изменили мотивационные характеристики трудовой занятости, сформировали особые модели социально-трудового поведения.

Обращение к проблематике трудовой занятости, вообще к рынку труда представляется своевременным и актуальным. Это целый социальный пласт, включающий показатели профессионально-квалификационной структуры занятого населения, ее динамики, экономической активности и безработицы, образова-

Таблица 1

Динамика распределения занятого населения по месту основной работы, %

Группы (блоки) занятий	2001	2003	2011
Руководители (представители) органов власти и управления всех уровней, включая руководителей учреждений, организаций и предприятий	4,0	6,3	8,3
Специалисты высшего уровня квалификации	15,2	15,8	18,8
Специалисты среднего уровня квалификации	8,6	14,7	15,1
Служащие, занятые подготовкой информации, оформлением документации, учетом и некоторыми другими видами обслуживания	14,2	16,3	16,5
Квалифицированные рабочие сельского, лесного, охотничьего хозяйства	5,6	4,8	3,3
Квалифицированные рабочие крупных и мелких промышленных предприятий, художественных промыслов, строительства, транспорта, связи, геологии	24,0	16,0	14,9
Операторы, аппаратчики, машинисты установок и машин, слесари-сборщики	14,0	13,9	12,5
Неквалифицированные рабочие	14,6	12,2	10,6

Источники: Россия в цифрах: 2012 год / Росстат. М., 2012. С. 101–103.

тельного уровня занятости, стоимости рабочей силы и многие другие характеристики. Если оперировать более фундаментальными категориями, то речь идет о знаковых институциональных изменениях, которые формируют рынок труда со всеми его принципиальными, универсальными механизмами, как собственно экономическими, так и социально-структурными. Социально-структурный механизм регулирует многообразные отношения субъектов социальных процессов: предпринимателей-собственников, работников наемного труда различных категорий, именно здесь «сфокусирована» сфера социально-трудовых отношений, включение человека в производственную деятельность, а значит, в сложную систему взаимодействия работника и труда. Причем эффективность этого взаимодействия непосредственно зависит от того, насколько ситуация соответствует современным социальным реалиям либо противоречит им, порождая всевозможные трудовые конфликты в обществе. Кризисные явления только обострили положение в этой области.

Еще раз подчеркнем, что рынок труда — сложнейшая и динамичная социально-экономическая категория, в ткань которой вплетены многообразные отношения субъектов социальных процессов: предпринимателей-собственников, государства, работников наемного труда. Эффективность механизмов его регулирования зависит от того, насколько они способны либо ускорять институциональные изменения в экономике, либо породить трудовые конфликты.

Российская модель рынка труда достаточно интенсивно изучается в настоящее время социологами, экономистами, политологами и статистиками. Оцениваются

ее основные показатели с точки зрения профессионально-квалификационной структуры населения и ее динамики, экономической занятости и безработицы, образовательного уровня занятых, стоимости рабочей силы, гендерных аспектов и других характеристик.

Указанные процессы характеризуют «макросрез» рынка труда — механизмы соответствия и приспособления рабочей силы к формирующимся условиям рыночной экономики. Но существует еще и «микросрез» — развитие ситуации в сфере социально-экономических, социально-трудовых отношений внутри отдельных корпораций. Именно здесь общие институциональные изменения в области труда оказывают непосредственное влияние на формирование статусных позиций работников, их социально-психологических черт, стратегий поведения в производственной и внепроизводственной жизнедеятельности, на их социально-трудовое воспроизводство. Масштабность проблем на этом уровне кажется иной, но тем не менее именно в корпорациях — производственных структурах — образуются локальные рынки труда со своим спросом и предложением, профессиональным и образовательным потенциалом занятых в них работников, востребованностью / невостребованностью, с трудовыми конфликтами, социальной напряженностью, со своими законами, изменениями социального статуса работника и т. д.

Изменения, происходящие в системе социально-трудовых отношений, сопровождаются появлением новых форм занятости: частичная (неполная), временная, вторичная или дополнительная и др. Остановимся на дополнительной занятости, которая в условиях России стала фактором, в наибольшей степени корректирующим современную структуру занятых.

Феномен дополнительной занятости — емкого и многогранного понятия — получил широкое распространение особенно в последнее десятилетие. Ее институционализация как легальной формы реализации трудового потенциала стала возможной в результате снятия разного рода ограничений на дополнительные приработки. Кроме этого бедственное положение работников в условиях экономической нестабильности (спада производства, разрыва хозяйственных связей, невыплат и задержки выплат заработной платы и т. п.), а также отказа государства от социального гарантирования общественно нормального воспроизводства рабочей силы послужили стимулом к вовлечению широких слоев населения в сферу дополнительной занятости.

Таким образом, дополнительная занятость приобрела роль важного адаптационного ресурса в период кризисного изменения привычных форм и способов жизнедеятельности. Рыночное производство нуждается в мобильном работнике, способном относительно часто переходить с одного места труда на другое, в соответствии с потребностями динамично развивающейся, гибкой экономики, свободно менять квалификацию в пределах широкой профессии, а то и вообще менять профессиональные знания и умения. Ускорение трудовых перемещений в современной России имеет, несомненно, положительный эффект. Правда, эта подвижность растет на фоне и в значительной мере под влиянием не технического, экономического и социального прогресса, а глубоких трансформационных изменений. Именно в этом случае позитивные следствия повышения мобильности проявляются далеко не в полной мере.

Наличие дополнительной работы характеризует трудовое поведение занятых как в материальном производстве, так и в нематериальной сфере. В этом ряду выделяются занятые в области искусства и культуры, в торговле, здравоохранении и промышленности.

Следует отметить, что работники, имеющие дополнительную занятость или ищущие ее, отличаются более высокой мобильностью и активностью. Они выбирают преимущественно рыночный сегмент как наиболее динамично развивающийся и приемлемый для эффективной реализации трудового и творческого потенциала.

Формы занятости, о которых мы говорили, в условиях России становятся все более разнообразными и экономически эффективными. Они являются в определенной степени своеобразным буфером между полной занятостью и безработицей. В конце 2011 г. уровень безработицы в Российской Федерации составил 6,6 %. Средний возраст безработных — 35,4 года, из них имели образование: высшее профессиональное — 18,9 %, среднее профессиональное — 24,9 %, начальное профессиональное — 16,4 %, среднее (полное) общее — 30,9 %, основное общее — 8,4 %, не имели основного общего образования — 0,9 %. Женщины составили 45,7 %, проживающие в сельской местности — 36,9 % [2, 110–111]. Безработные, учитывая их последнее место работы, имели следующее социальное положение (данные на 2011 г.): руководители — 2,7 %, специалисты высшего уровня квалификации — 20,1 %, специалисты среднего уровня квалификации — 3,6 %, служащие — 15,6 %, квалифицированные рабочие — 11,8 %, неквалифицированные рабочие — 9,4 %. Остальные не имели опыта работы. Наиболее представительными возрастными группами среди безработных является молодежь до 30 лет, 40–49-летние и 30–39-летние (по убывающей) и лица с полным средним образованием — их более трети [Там же, 101–103].

Итак, безработный — это в основном бывший работник среднего возраста, не имеющий профессионального образования. Обращает на себя внимание и значительный вес молодых безработных. К ним относятся молодые специалисты, которые в условиях изменившейся практики распределения на работу не в состоянии самостоятельно трудоустроиться, а также часть окончивших среднюю школу. Речь идет об огромной армии молодых граждан страны, которые находятся на разной стадии адаптации к новым социально-экономическим условиям, подвижны в своем статусе, ищут пути социальной самоидентификации. Реформы, проводимые в России, напрямую зависят от того, сумеет ли эта группа войти в рынок.

За последние пять лет происходит плавное увеличение численности и доли занятых в частном секторе экономики страны. Эти сведения относятся как к работающим по найму, так и к работающим не по найму в этом секторе. Что касается собственно предпринимателей (работодателей), то эта категория занятых за этот же период также возросла примерно в 1,6 раза. Таким образом, можно говорить о том, что, несмотря на наличие негативных моментов, препятствующих развитию частного предпринимательства, во всяком случае, в количественном отношении эта категория населения постоянно растет. Отдельно необходимо отметить тенденции развития российского среднего и малого бизнеса,

потому что социально-экономическая ситуация во многом зависит от развития предпринимательства, особенно в малых его формах.

Основная характеристика современного рынка труда — это потребность в профессионалах, специалистах, способных по-новому осуществлять свои производственные функции. Поскольку наемный труд становится субъектом рыночных отношений, на него распространяются все их достоинства и недостатки. Рынок труда в настоящее время можно разделить на два профессиональных сегмента: первый образуют профессии, которые обслуживают институт частной собственности; второй — профессии, обслуживающие государственную собственность. Спрос на специалистов в этих группах различен. В первой группе спрос на профессии рыночного типа высок, но круг их ограничен, поскольку институт частной собственности в России охватывает далеко не все сферы экономики. Во второй группе специализация востребованных профессий много шире, но эта сфера деятельности часто не устраивает самих специалистов в силу ряда причин, в основном материальных. В сложившейся экономической ситуации существуют профессии, пользующиеся постоянным и устойчивым спросом в обоих секторах экономики. Одна из таких профессий — *менеджер*. Эта профессия безусловно рыночного типа. Ее обладатели не испытывают затруднений при устройстве на работу. Более того — они могут себе позволить выбирать место работы. Именно это обстоятельство в значительной степени обусловило главное отличие менеджеров — их экономическое поведение: они занимают ярко выраженную активную позицию не только в профессиональном отношении, но и в решении всех насущных жизненных проблем. Они декларируют активную жизненную позицию. Их отличает деятельное отношение к жизни и неприятие чрезмерной опеки со стороны государства: они приветствуют перемены в своей жизни, любят рисковать, им нравится вести людей за собой и нести большую ответственность.

Принадлежность профессии к рыночному или нерыночному типу дает ее обладателю ту или иную возможность выбора на рынке труда. Например, менеджеры — это уже сложившаяся «рыночная» социальная группа, профессиональные позиции которой обеспечивают ей активное включение в трудовую жизнь. В этом отношении профессиональное образование, рассмотренное с более широких социальных позиций, может быть тем важным социальным ресурсом, который дает менеджерам возможность активного присутствия на рынке.

Далее детально остановимся на особенностях трудового поведения представителей следующих социальных статусов (использованы данные исследования, проведенного в Краснодарском крае в 2008 г.): рабочие ($N = 147$), специалисты ($N = 180$), руководители ($N = 58$) и предприниматели ($N = 45$). В ходе исследования удалось:

- 1) проанализировать тенденции поведенческих аспектов лиц, занятых в различных секторах экономики, показать, каким образом тип собственности изменяет (или не изменяет) качество трудовых отношений;

- 2) выявить особую роль управленческого аппарата в самых различных параметрах трудовой занятости, главным образом в организации и функционировании производственного коллектива;

3) проследить формирование блока поведенческих и жизненных ориентаций наиболее массовых групп исполнителей (рабочих и специалистов).

Таков в целом пространственный фон трудовой деятельности базовых социальных субъектов любой общественной организации.

Прежде всего, выяснялось, какое место в жизни человека занимает работа вообще, так как в этом контексте — контексте трудового поведения реализуется не только экономическая составляющая, но и социальное самоощущение человека. В силу целого ряда объективных и субъективных причин у респондентов доминирует оценка своей работы или с точки зрения ее значимости, как абсолютной ценности, или в сугубо прикладном плане, как источника средств существования или как необходимой формы общечеловеческого общения.

Были выявлены представления работников различного социального статуса о том, какое значение имеет в их жизни работа (табл. 2). Выделим следующие основные векторы:

1. Работа как универсальная ценность: «Она важна сама по себе, независимо от оплаты».

2. Альтернативой выступает полное отрицание значимости работы. Работа как антиценность: «Это неприятная обязанность, если бы мог, то вообще бы не работал».

3. Работа как способ адекватной и необходимой материальной компенсации, источник получения средств существования.

4. Работа как фактор поддержания устойчивых связей с социальной средой (социальная ценность).

5. Работа как ресурсная ценность. Возможность проявить себя, осуществить свои планы.

Таблица 2

Распределение опрошенных, имеющих различный социальный статус, в зависимости от их отношения к работе, %

Работа как...	Рабочие	Ранг	Предпри- ниматели	Ранг	Специа- листы	Ранг	Руково- дители	Ранг
универсальная ценность	33	2	36,3	2	31	2	34,6	2
антиценность	6,9	3	0	5	3,5	4	0	4,5
материальная ценность	50,2	1	45,6	1	53,6	1	38,6	1
социальная ценность	5,3	4	13,6	3	2,1	5	0	4,5
ресурсная ценность	4,6	5	4,5	4	9,8	3	26,8	3

На основании данных табл. 2 можно сделать следующие выводы:

1. Доминирующим признаком, который определяет значение работы в жизни представителей всех социальных групп, является ее материальный ресурс. Это очевидно, так как процесс труда, как процесс затраты профессиональных способностей, физических и нервно-психологических усилий, неизбежно требует различного вида компенсаций. В этом случае работа представляется как

ценность материальная. Что касается других форм — социальной, ресурсной, то здесь прослеживаются определенные групповые различия. Если для рабочих социальная и ресурсная ценность работы занимают последние рейтинговые места, то, например, для предпринимателей эти ценности принципиальны; руководители особо отмечают важность социального продвижения по службе, возможность самореализоваться. Удивительно, что специалисты (впрочем, так же, как и рабочие), занятые исполнительским трудом, не очень-то стремятся к тому, чтобы их работа соответствовала принципам коллективизма, тем параметрам, которые способствуют общению с коллегами по работе. Вероятно, это можно объяснить тем, что сфера их трудовой деятельности и так достаточно интенсивна, значит, не требует к себе особого внимания.

2. Принципиальным в данном ранжировании ценностей является отнесение работы к естественному состоянию человека: «Работа важна сама по себе». Это положение признано представителями всех анализируемых нами групп, оно занимает второе место в иерархии ценностей. Именно поэтому принцип работы как антиценности фактически занял одно из самых последних мест.

Но одно дело понимать, какие факторы лежат в основе самой высокой оценочной степени, другое — реально решать для себя, удовлетворен человек работой или нет. Поскольку удовлетворенность — достаточно широкое понятие, включающее в себя значительную совокупность слагаемых, характеризующих те или иные стороны трудовой деятельности, выделим и определим их в отдельности. Респондентам было предложено ответить на следующие вопросы: удовлетворены ли они существующими возможностями повышения квалификации, возможностями повышения в должности, возможностями повышения оклада? Оказалось, что если для повышения квалификации фактически у всех групп имеются равные возможности, то для повышения в должности и особенно повышения оклада возможности существенно отличаются. Наиболее уязвимой группой здесь выступают специалисты. По их мнению, эти возможности невелики даже по сравнению с рабочими. Что касается корпуса руководителей, то здесь картина иная. И возможность карьерного движения, и улучшения финансового положения (повышение оклада) у них в значительной степени присутствуют. Примерно на таких же позициях находятся и предприниматели. Для них также нынешняя ситуация благополучна. И чтобы мы ни говорили о новых требованиях рыночной экономики, о необходимости изменения профессиональной активности и жизненных ориентиров, о модификации адаптивных форм трудовой мотивации, значительная часть людей, участвующих в управлении, в силу пересечения многих, и объективных, и субъективных, параметров сумела эффективно перестроиться, приспособиться к действительно кардинально изменившимся социально-экономическим и социально-политическим условиям бытия.

Далее перейдем к рассмотрению круга проблем, связанных с включением работников в производственную организацию, где формируется совокупность поведенческих аспектов жизнедеятельности, акцентируется отношение человека непосредственно к труду, его профессиональным интересам и социально-организационным аспектам взаимодействия. Речь идет о различных видах произ-

водственного поведения, в котором мы выделили профессиональное поведение, трудовое поведение и социально-организационное поведение.

Профессиональное поведение в настоящем контексте рассматривается на основе эмпирического анализа, связанного, прежде всего, с уровнем полученного профессионального образования и квалификационной подготовкой, а также их функциональностью или дисфункциональностью. Сразу следует отметить, что уровень профессионального образования у всех опрошенных достаточно высок. Обращает на себя внимание тот факт, что среди рабочих высшее образование имеют 38,7 %, среди остальных статусных групп эта доля еще выше. Среди предпринимателей, специалистов, руководителей она составляет соответственно: 47,6; 68,3; 77,2 %. В то же время работают по специальности, приобретенной во время учебы, 48,3 % рабочих, 40,0 % предпринимателей, 57,8 % специалистов, 58,6 % руководителей. Считают, что полученная квалификация соответствует требованиям выполняемой работы, соответственно 55,1; 44; 58,9; 68,2 %.

Таким образом, если мы говорим о субъекте профессионального поведения, можно выделить два его взаимосвязанных уровня. С одной стороны, уровень приобретения определенных профессиональных качеств, т. е. совокупность услуг, оказанных таким социальным институтом, как институт образования. С другой — уровень применения этих услуг рынком труда, который, в свою очередь, определяет их востребованность / невостребованность. В данном случае прослеживается определенное несоответствие рынка образовательных услуг и потребностей рынка труда. Причем в большей или меньшей степени это касается представителей всех анализируемых нами социальных статусов — наемных работников и собственников, руководителей и исполнителей.

В то же самое время удельный вес удовлетворенных своей профессией достаточно высок. Среди рабочих — примерно половина, среди специалистов — 63,1 %, среди руководителей — 84,5 %, среди предпринимателей — 64 %. Если предыдущий тезис свидетельствовал о неизбежных противоречиях, существующих между институтом образования и рыночным институтом, то настоящий — о функционировании социального механизма адаптации работников к резко изменившимся социально-экономическим реалиям. Более-менее активно происходит стабилизация не только внешних факторов общественного развития, но и внутренних потенциалов субъектов занятого населения. И дело не только в том, что работники зачастую соглашаются на любой труд, даже если он не всегда и не во всем соответствует их квалификационным характеристикам. Речь, по нашему мнению, идет о более глубинных процессах. Происходит как бы переоценка ценностей своей работы — и с точки зрения ее оплаты, и с точки зрения перспективности и важности. Безусловно, эти процессы достаточно специфичны применительно к отдельным социальным группам.

Трудовое поведение. Мы рассматриваем следующие параметры трудового поведения: устойчивость социально-трудового положения, наличие или отсутствие дополнительной занятости, основные направления потенциальной трудовой мобильности.

Сразу надо отметить, что устойчивость трудового положения опрошенных работников достаточно высока. Так, среди рабочих работу менять не собираются

43 %, среди специалистов — около 60 %, среди предпринимателей — около 70 % и среди руководителей — почти 80 %. Это также свидетельствует о том, что потенциальная трудовая мобильность у предпринимателей и руководителей значительно меньше, чем у рабочих и специалистов. Этому способствует, как мы отмечали выше, и достаточно приемлемый уровень заработной платы, и удовлетворенность трудовыми позициями. Фактически субъектами трудовых перемещений являются представители из групп рабочих и специалистов.

Отметим факторы, которые лежат в основе возможных перемещений представителей различных статусов. Первый и самый существенный фактор — доход, об этом заявила почти половина опрошенных рабочих и специалистов; среди руководителей и предпринимателей этот фактор практически единственный. Второй, который касается рабочих и специалистов, связан с изменениями характера трудовой деятельности: рабочие стремятся сменить физически тяжелую работу на более легкую, специалисты — ответственную и нервную работу на более спокойную. Любопытно отметить, что наличие ответственной работы совершенно не смущает ни предпринимателей, ни руководителей. Эта позиция не получила количественного выражения. Третий условно может быть назван фактором инновационного потенциала: работники выражают желание попробовать себя в новом деле. Если учесть, что доля таких среди специалистов составила почти 15,0 %, среди предпринимателей — 16,7 %, то можно предположить, что именно эти группы чувствуют необходимость изменения объективного положения. Первые — в силу явной образованности и профессиональной подготовки, вторые — в силу реализации трудового опыта предпринимательской деятельности.

Как распределяется потенциальная трудовая мобильность? Для рабочих возможен только переход на другое предприятие; пятая часть специалистов попытается открыть собственное дело или перейти на частное предприятие, остальные четыре пятых — перейти на другое государственное предприятие. Спектр перехода у предпринимателей и руководителей более многообразен: и совместное (с иностранным капиталом) предприятие, и открытие самостоятельного дела, и переход в частное предприятие. Единственное, что их не привлекает, — другое государственное предприятие.

Таким образом, если госсектор привлекателен для рабочих и специалистов, то респонденты, занятые работой, обеспечивающей более существенный материальный достаток, и находящиеся на взлете рыночной востребованности, ориентированы не на госсектор, а на другие экономические структуры, способные предложить более высокооплачиваемую должность.

Когда мы анализируем проблемы, связанные с мотивационными характеристиками трудовой занятости и трудового поведения в целом, то должны отметить дополнительные виды занятости. Оказалось, что треть всех опрошенных имеет дополнительную работу, а около трети — ищет. Наиболее активны в этом отношении предприниматели и руководители (до 40 %). Благодаря своим личным качествам, и прежде всего предприимчивости, они смогли не просто адаптироваться к нынешним трудовым реалиям, но и управлять ими. Безусловно, эти социальные группы наиболее ориентированы на экономический, в том числе карьерный, рост.

Анализ причин, побуждающих респондентов включиться в сферу дополнительной занятости, позволяет сделать следующие выводы:

1. Доминирует фактор улучшения материального положения (источник дополнительных доходов). Это отметили представители всех социальных групп.

2. Позиция поиска новых возможностей и связей в совокупности не превышает 10,0 %.

3. Фактически не указаны такие причины, как приобретение новых знаний, повышение квалификации, смена профессии или специальности.

Таким образом, можно с определенной уверенностью сказать, что за последние годы причины нематериального порядка, которые могли бы служить поводом для вступления в сферу дополнительной занятости, девальвируются.

Определить характер **социального поведения** респондентов можно, задав вопрос: «Принимаете ли вы участие у себя на предприятии в подготовке или принятии решений по вопросам разработки производственных планов, улучшения условий труда, распределения прибыли и т. п.?» В результате анализа можно сделать единственный вывод: в основном социально активны только предприниматели и руководители (76 % и 91,4 %), остальные категории — рабочие и специалисты — задействованы в этих процессах достаточно слабо.

Производственная занятость населения, различные виды поведения в этой сфере обусловлены сложными социальными связями. Как правило, эти взаимоотношения являются планируемыми, вызванными неудовлетворенностью работника своим положением в трудовом пространстве. Следствие этого — стремление искать другое, более подходящее для себя рабочее место. Выше мы останавливались на формах и направлениях социальных трудовых перемещений, но существует и такой вид, который связан с вынужденной трудовой мобильностью. Речь идет о сложнейшем и существенном явлении социально-экономической жизни занятого населения — безработице. По данным исследования, почти половина опрошенных побывала в течение своей трудовой жизни безработными. Безработными были и предприниматели (кстати, доля этой категории самая значительная — 64,0 %), и занятые в госсекторе (среди рабочих — 62,6 %, среди специалистов — 37,8 %, среди руководителей — 25,9 %). Подобные статистические показатели вполне закономерны, ибо рынок труда в настоящее время сформирован той рабочей силой, которая в недалеком прошлом была включена в единый государственный сектор экономики. Поэтому подобное единообразие, на наш взгляд, идет именно отсюда.

Изменилась ли ситуация за последние годы? Об этом свидетельствует отношение опрошенных к возможной, перспективной безработице. Сразу надо отметить, что почти половина респондентов оценила такую возможность отрицательно. Самая большая доля данной категории среди предпринимателей — 8,0 %, меньшая среди руководителей — 3,4 %. Приведенные данные говорят о том, что, во-первых, происходит явная стабилизация рынка труда (речь идет о данном региональном пространстве), формируются рабочие места, которые, с точки зрения занятого населения, достаточно устойчивы. Во-вторых, ситуация в частном секторе экономики менее благоприятна, несмотря на значительные факторы, которые на первый взгляд выгодно отличают занятых здесь

работников. Их положение не кажется работникам достаточно надежным, и возможность оказаться безработным в ближайшем будущем является хотя и не слишком существенной, но тем не менее большей, чем на государственных предприятиях. Это в полной мере подтвердил кризис, начавшийся в 2008 г.

Какую именно работу будут искать респонденты в случае свершившейся безработицы? Сразу надо отметить, что у всех опрошенных доминирует фактор профессиональной ориентации. По той же профессии, специальности будут искать работу до 40,0 %. Это максимальное значение, и характеризует оно специалистов. Несколько меньшая доля — 33,0 % среди рабочих и предпринимателей, среди руководителей эта доля составляет 24,0 %. Существенна и доля тех, кто предполагает искать более квалифицированную работу. Высокий уровень оплаты в данном случае достаточно привлекателен, но не предпочтителен. Еще раз подчеркнем: потенциал социальной мобильности в настоящее время значителен и не предполагает нисходящих трудовых перемещений. И это — существенный фактор в системе формирования стабильного общества. На социальную сцену вышли и упрочились социальные группы, ориентированные на труд, качество которого гарантирует им реализацию жизненного потенциала.

Мы рассмотрели лишь определенную, но, на наш взгляд, достаточно представительную часть проблем, связанных с изменениями комплекса социально-структурных отношений, происходящими сегодня в российском обществе. Направление этих изменений непосредственно зависит от политического выбора действующей власти. Именно она призвана создавать условия и возможности гражданам зарабатывать средства для удовлетворения своих потребностей; именно от нее зависит обеспечение рациональной занятости населения, всех его слоев, роста их денежных доходов, уровня и качества жизни.

-
1. Российский статистический ежегодник: 2012 / Росстат. М., 2012.
 2. Россия в цифрах: 2012 год / Росстат. М., 2012.
 3. Социальное положение и уровень жизни населения России: 2011 / Росстат. М., 2012.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 316.1 + 316.42 + 316.462

Г. Е. Зборовский

ПУБЛИЧНАЯ СОЦИОЛОГИЯ В РЕГИОНЕ*

Рассматривается понятие публичной социологии, анализируются возможности ее существования в регионе, выявляются условия и факторы, способствующие становлению практик публичной социологии в регионе. Дается трактовка социологического провинциализма, показываются пути его преодоления.

Ключевые слова: социология в регионе, публичная социология, социологический провинциализм, социология и власть.

Вначале следует поставить вопрос: возможна ли публичная социология в регионе? Прежде чем ответить на него, необходимо рассмотреть понятие публичной социологии в рамках той дискуссии, которая в последние годы приобрела международный характер и затрагивает интересы различных групп социологов как за рубежом, так и в нашей стране. Начало дискуссии было положено известным американским социологом, ныне президентом Международной социологической ассоциации М. Буравым в статье «За публичную социологию» [1, 4–28]. По сути, им была уточнена концепция основных видов социологической деятельности.

Автор выделяет четыре альтернативы в социологической науке и практике: прикладную, профессиональную, критическую и публичную социологию. Прикладная социология — это практика, выполняющая заказы рынка услуг. Профессиональная социология — это университетская социология, представители которой занимаются внутренними проблемами академической науки. Критическая социология — это социология, «нападающая» на все виды научной нейтральности, разоблачающая господствующие взгляды, скрытые ценностные пристрастия профессиональных социологов и напоминающая им о научной совести. Наконец, публичная социология, в отличие от первых трех альтернатив, — это деятельность, выходящая за внутренние границы научных диалогов, обращенная вовне, характеризующаяся вступлением социолога в дискуссию с различными группами публики.

М. Буравой различает два типа публичных социологов — традиционных и органичных. Традиционный публичный социолог обращается к широкой безымянной публике, ничем не выделяющейся и придерживающейся самых общих и обыденных ценностей. Органичный публичный социолог напрямую работает с немногочисленной, сосредоточенной в одном месте публикой, сплоченной, активной, видимой и часто противящейся обыденному и общепринятому.

Нетрудно обнаружить, что первые три разновидности социологической деятельности не выходят за пределы социологической науки и не касаются

* Работа выполнена при поддержке РГНФ. Проект № 13-13-66502.

широкой аудитории читателей, зрителей, слушателей. И только четвертая разновидность — публичная социология — означает возможность выхода науки на общество и активного взаимодействия с ним. Когда, при каких обстоятельствах социология может стать публичной?

Во-первых, когда материалы и результаты социологических исследований становятся достоянием СМИ, а через них — и массового сознания. Правда, здесь можно столкнуться с определенным ограниченным толкованием возможностей социологии, сводимой к конкретным данным конкретных исследований (типичный вопрос, задаваемый в СМИ, — что «показывает» социология по той или иной проблеме). Теоретические проблемы, различные интерпретации их СМИ не интересуют, представители средств массовой информации полагают, что могут это сделать не хуже любого социолога.

Во-вторых, когда социологи занимаются публичным просвещением, т. е. просвещением различных социальных групп, включая, безусловно, и студентов, и специалистов: имеется в виду участие социологов в публичных дискуссиях, материалы в периодических изданиях (газетах, журналах), чтение публичных лекций для массовых аудиторий (в том числе телевизионных).

В-третьих, когда социологи участвуют в подготовке и принятии решений по актуальным проблемам общественной жизни на федеральном, региональном и муниципальном уровнях; при этом их (социологов) выводы, заключения и рекомендации получают публичное одобрение со стороны тех субъектов социального управления, которые заинтересованы в использовании данных научных исследований.

В-четвертых, когда сами социологи заявляют о своей активной не только научной, но и общественной позиции, когда они выступают от имени определенных социальных групп, выражая и отстаивая их интересы, ощущая себя членами гражданского общества, предлагающими конкретные общественные и гражданские инициативы.

В-пятых, когда социологи сами становятся представителями власти, будь то политическая, административная или общественная ее разновидности. В этом случае социологи сами, как правило, своей деятельностью усиливают публичный характер науки, пропагандируют ее роль и значение. Впрочем, если эта деятельность не всегда приобретает позитивный резонанс, то эффект такой публичности может оказаться и негативным для самой социологии.

С учетом высказанных соображений следует отметить, что в России, безусловно, существуют все четыре разновидности социологических практик, однако представленность их разная. Конечно, она зависит от ряда факторов. Среди них немаловажное значение приобретает фактор типа поселения. В своих прежних работах мы не раз использовали концепцию мир-системного анализа И. Валлерстайна применительно к дифференциации социологии как науки и практики. В соответствии с ней мы выделяли социологический центр, социологическую полупериферию и социологическую периферию.

В масштабах России к первому мы относим (условно) обе столицы, ко второй — города-«миллионники», к третьей — остальную социологическую Россию. Критериев такого разграничения достаточно много, и они имеют как объек-

тивный, так и субъективный характер. Здесь и уровень развитости социологии, и наличие профессионально работающих специалистов, и существование различных структур, осуществляющих социологическую деятельность, и ориентированные на нее СМИ, и отношение населения (уровень его доверия) к данным социологическим исследованиям и т. д. и т. п.

Анализируя деятельность центра (столичных социологов), мы имеем все основания говорить о существовании в Москве и Санкт-Петербурге публичной социологии, хотя она, безусловно, очень разнородна в своих проявлениях в этих городах. Но чем дальше мы передвигаемся от социологического центра в глубь социологической провинции, по направлению к социологической периферии, тем реже заметны проявления публичной социологии, поскольку они связаны с профессионализмом социологов, их известностью и популярностью. В регионах, особенно не в самых крупных, имеется заметный дефицит таких людей. Справедливости ради нужно сказать, что их и в больших городах не так уж много. Речь идет о специалистах, умеющих не только проводить интересные и важные исследования, но еще увлекательно о них писать и рассказывать.

Дело также и в том, что общение социолога с публикой в той или иной форме требует определенной смелости и гражданского мужества, особенно когда приходится задевать интересы власть и бизнес имущих. Гражданская и научная позиция (их не следует разделять в данном случае, поскольку они тесно взаимосвязаны и представляют собой некое единство) нужна и в противостоянии так называемой ангажированной социологии, представители которой в угоду заказчикам соответствующих исследований готовы пойти на фальсификации и искажения объективных данных.

В связи с этим возникает важная проблема взаимоотношения социологии, власти и бизнеса, точнее говоря, тех аспектов этого взаимоотношения, которые благодаря социологии приобретают (или могут приобрести) публичный характер. Для социологии в регионах, когда ее представители достаточно известны и находятся под «аудио-» и «видеонаблюдением», такая публичность иногда может дорого стоить.

Чаще всего отношения между социологией и властью в регионе (на местах) оказываются достаточно нейтральными и строятся по принципу «не трогать друг друга». Но не нужно забывать и о том, что в ряде случаев существует финансовая сторона названных отношений, поскольку власть может оказаться заказчиком (и плательщиком) исследований.

У публичной социологии есть еще одна очень важная задача: привлечение абитуриентов на социологические факультеты и отделения. Чем активнее утверждает себя социология в регионе, тем большую популярность у молодежи она завоевывает. Обучающий потенциал социологии может быть достаточно значимым, в особенности таким ресурсом располагает публичная социология.

Возвращаясь к теме статьи и вопросу, поставленному в ее начале, отметим, прежде всего, необходимость публичной социологии в регионе. Ее наличие является гарантом осознания полезности и важности этой науки, одним из условий создания гражданского общества. Но понимание необходимости еще не означает автоматического признания возможности публичной социологии в регионе.

Помимо обстоятельств, которые были указаны выше и касались предпосылок существования публичной социологии в целом, целесообразно выделить условия, определяющие возможность публичной социологии в регионе. В качестве таковых назовем: 1) стремление социологов быть активными и его реальные проявления в деле внедрения публичной социологии; 2) понимание ими тех сложностей, которые могут возникнуть на этом пути и затронуть их лично; 3) позиция власти — региональной и муниципальной, ее отношение к социологии, готовность / неготовность сотрудничать с ее представителями и признать их право на критический анализ социальных процессов (в том числе и деятельности самой власти); 4) позиция СМИ, их отношение к социологии, готовность / неготовность сотрудничать с ее представителями и признать их право на критический анализ социальных процессов (в том числе и самих СМИ); 5) отношение различных социальных групп к власти, ее деятельности, к СМИ, к социологическим исследованиям, наличие выраженного общественного мнения, уровень и характер его изучения в регионе; 6) уровень активности населения, в том числе протестной.

С учетом высказанных соображений следует отметить, что существует реальное противоречие между стремлением социологии к максимальной независимости, неангажированности и объективности собственного знания и теми социальными и экономическими условиями, в которых ее представителям приходится проводить исследования и доводить их результаты до широких слоев населения, т. е. превращаться в публичную социологию.

На особенности и глубину этого процесса серьезно влияет кризис социологии. Несмотря на его всеобщий (мировой) характер, некоторые проявления кризиса характерны больше для отечественного, чем для зарубежного социологического знания. Они состоят в отсутствии аутентичного объекта исследования. Социология — это ведь наука не просто об обществе, а о гражданском обществе. Не случайно она возникла и оформилась в XIX в., также не случайно ее появление и развитие было связано с теми странами, где формировалось и совершенствовалось гражданское общество (Франция, Англия, США, отчасти Германия).

В странах с отсутствующим гражданским обществом, в которых имеют место авторитарные и тоталитарные режимы, социологическое знание не может развиваться аутентично, что показал опыт и царской России, и Советского Союза. В известной степени это касается и современной России. Там, где господствует вертикаль власти, где отсутствуют реальные институты гражданского общества, социологическое знание не пользуется достаточной поддержкой и полным институциональным признанием. Поэтому выход социологии из кризиса в значительной степени обусловлен появлением реального гражданского общества. В противном случае она, не имея реального объекта изучения, не сможет быть наукой, а будет лишь частью государственного истеблишмента, каковой, собственно, и является сегодня в России. По существу, ее независимость как науки — на грани дозволенного властью статуса.

Что же должна исследовать социология, живая по своей природе наука, если общество, которое по определению является ее объектом, у нас реально отсутствует, будучи заменено государством? Ведь общество — это не пассивный

и молчаливый объект управления и манипулирования властью, а многообразные формы связей, объединений, ассоциаций людей, совокупность (взаимосвязь) независимых от государства социальных общностей (в том числе некоммерческих организаций, различных партий, движений и т. д.), т. е. того, что принято называть гражданским обществом, не включающим отношения господства и подчинения, «вертикаль» власти. Краткий ответ на поставленный вопрос: социология должна создавать знание о реальных путях формирования гражданского общества, а в его рамках — правового государства, которое будет обеспечивать, реализовывать интересы членов этого общества.

Такая трансформация социологического знания невозможна сама по себе, без изменения характера социальных процессов, происходящих в стране и регионах. Только направленность этих процессов против господства авторитарного режима в условиях полицейского государства способна создать предпосылки для нового вектора социологического знания и его соответствующего использования. С другой стороны, само это знание может явиться важным фактором социальных перемен. Это и есть в самых общих чертах путь преодоления кризиса социологического знания.

Но тогда опять мы сталкиваемся с вопросом о том, как можно совместить такую деятельность с публичным характером социологии. Ответ на него неминуемо предполагает превращение социолога в активного гражданина, борца с авторитарным режимом и его проявлениями как в центре, так и на региональном уровне. Важно при этом, чтобы публичная активность социолога подкреплялась результатами научных исследований.

Публичная социология в регионе выступает как одно из средств борьбы с социологическим провинциализмом, характерным преимущественно для социологической полупериферии и периферии (хотя это обстоятельство совсем не является обязательным, о чем далее будет сказано). Под ним мы понимаем, с одной стороны, ограниченность социологических интересов, узость социологического кругозора, с другой — такие черты социологических исследований, как содержательный изоляционизм, мелкотемье, низкий уровень теоретического осмысления явлений, устаревшие методология и методика, несовременные технологии анализа полученных данных, социальная и рыночная не востребованность, невключенность в поле деятельности международного социологического сообщества.

Вместе с тем провинциализм социологической науки не следует смешивать с регионализацией социологического знания, которая, безусловно, содержит в себе ряд позитивных черт, связанных со специфическим уровнем анализа общества и особыми теоретическими конструкциями и методами исследования. Поэтому мы не стали бы связывать явление социологического провинциализма только с фактором географического местоположения. Можно жить в географической, экономической, политической, культурной провинции и не быть социологическим провинциалом (блестящий пример — творчество одного из крупнейших отечественных гуманитариев, уральского ученого, профессора Л. Н. Когана, которого, безусловно, можно считать ярким публичным социологом). И наоборот, немало представителей социологического «цеха», живущих и работающих в наших

столицах, находятся на обочине основной социологической колеи. Так что дело не только (и не столько) в том, где социологи живут и работают, но главное — что и как они делают в профессиональном плане.

Один из основных показателей социологического провинциализма — ощущение самодостаточности того, что делается, удовлетворение собственным творчеством независимо от того, знакомо ли с ним социологическое сообщество. Социологический провинциализм проявляется в том, что достижения социологов (в силу того, что последние не стремятся к широкой популяризации своих идей) не становятся достоянием общественности в стране. Ей чаще всего неизвестно, что делают авторы в данном регионе, какие проблемы разрабатывают, к каким результатам приходят.

С точки зрения ограничения провинциализма в социологии, противостояния ему важно понимать, что критериями достижения социологических знаний являются: актуализация современных методов исследования (связанных в том числе с применением компьютерных технологий), эффект критического анализа исследований со стороны коллег по сообществу, публичность и общедоступность материалов этих исследований, достигаемая благодаря СМИ. Стремление соответствовать названным критериям и есть преодоление социологического провинциализма в регионах России, путь (тенденция) развития в них современного социологического знания.

Социологический провинциализм — это и особая научная позиция, и своеобразное «состояние души» социолога, стремление к научному «покою», а не к активному социологическому продвижению вперед. Это отсутствие мотивации социологического творчества, нежелание (которое часто порождается неумением) проводить исследования и публиковать их материалы, участвовать в научных дискуссиях, писать проекты и стремиться к получению грантов и заказов.

Провинциализм в социологии тесно связан с экономическим, социальным и политическим отставанием общества, его отдельных частей и структур, которое так или иначе, прямо или косвенно сказывается на состоянии социологии и научной деятельности ее конкретных представителей. Другими словами, провинциализм общества порождает социологический провинциализм. Экономически, политически, социально, духовно слабо развивающееся общество не испытывает сколько-нибудь значительной потребности в развитии социологической науки, обрекая ее на существование в условиях провинциализма. Следовательно, можно говорить о наличии тесной связи между уровнем и характером развития общества и социологии.

Выход из ситуации провинциализма для социологии — это ее умение стать востребованной не только на локальном и утилитарном, но и на сущностном уровне, что представляется основным научным и социальным условием преодоления названной ситуации. По существу, речь идет о самопрезентации социологов не только из центра, но и регионов страны, об их попытках своеобразной демонстрации собственного «паблисити».

Эта демонстрация есть не что иное, как поиск и предложение новых путей взаимодействия социологии и общества, показ возможностей своей самореализации на всех уровнях. Сюда обязательно включается генерирование новых

идей. Провинциализм в социологии имеет место там, где деятельность ее представителей ограничивается только потреблением чужих идей и теорий, их воспроизводством и отказом от создания собственных концептуальных трактовок тех или иных социальных явлений и процессов.

Здесь также следует отметить, что важным средством противостояния провинциализму социологического знания в регионе является развитие в нем профессионального социологического образования. Но пока его состояние далеко не в полной мере соответствует предъявляемым требованиям и социологической науки, и социологической практики, и работодателей. Одна из причин такой ситуации — недостаточная подготовка студентов, отсутствие у них необходимой образовательной и профессиональной мотивации, что, с одной стороны, есть следствие слабого уровня развития публичной социологии, с другой — стимул ее активизации.

1. Burawoy M. For Public Sociology // American Sociological Review. 2005. Vol. 70, № 1. P. 4–28.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 316.346.32-053.6 + 316.346.34

**С. Г. Зырянов
Д. В. Богданова**

ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ В РОССИЙСКОМ ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМся ОБЩЕСТВЕ: РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОЕКЦИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Рассматриваются ценностные ориентации современной молодежи, проживающей на территории Челябинской области, и их отличие от ориентаций когорты взрослого населения. Предложен набросок социального портрета молодого человека — жителя Челябинской области начала XXI в.

Ключевые слова: молодежь, поколенческая когорта, ценности молодежи, жизнеощущение молодежи, самооценка молодежи.

Ценности современной молодежи и проблемы этой социально-демографической группы уже не первое десятилетие находятся в сфере повышенного внимания российских исследователей. Подобный интерес закономерен и базируется

ЗЫРЯНОВ Сергей Григорьевич — доктор политических наук, профессор, директор Челябинского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (e-mail: director@rame74.ru).

БОГДАНОВА Дарья Валерьевна — младший научный сотрудник лаборатории прикладной политологии и социологии Челябинского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (e-mail: director@rame74.ru).

© Зырянов С. Г., Богданова Д. В., 2013

на том, что молодежь не только является ресурсом будущего общества, но и влияет на его характер и развитие и воплощает в своей жизнедеятельности возможности раскрытия его социокультурного и социально-экономического потенциала.

Выявление и изучение ценностей, особенно в молодежной среде, чрезвычайно важно. Так, Н. И. Лапин отмечает, что «ценности и идеалы обеспечивают интеграцию общества, помогают индивиду осуществлять одобряемый обществом выбор соответствующего поведения в жизненно значимых ситуациях. Ценности означают обобщенные цели и средства достижения этих целей. Чаще всего ценности выполняют роль фундаментальных норм в обществе» [2, 5].

В настоящей статье на основе данных социологического исследования «Социокультурный портрет Челябинской области»¹ мы рассмотрим как состояние, так и отличие ценностных ориентаций молодежи региона от когорты взрослого населения и предложим набросок социального портрета молодого человека — жителя Челябинской области начала XXI в. Обращаясь к вопросам статистики, стоит отметить, что, по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области (Челябинскстат) [3], за 2012 г. численность молодежи в области составила 746 821 человек. Доля молодежи в населении (с учетом ее возраста — 15–29 лет) равна 22 %.

Перед тем как перейти к анализу ценностных ориентаций современной молодежи Челябинской области, необходимо дать определение понятию «молодежь». Вначале приведем определение, данное И. С. Коном: «Молодежь — это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств. Молодость как определенная фаза, этап жизненного цикла биологически универсальна, но ее конкретные возрастные рамки, связанный с ней социальный статус и социально-психологические особенности имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации» [1, 375]. Именно это определение впоследствии стало основным и наиболее употребляемым при разговоре о молодежи.

Другой исследователь, В. Чупров, выделяет ряд признаков, характеризующих молодежь как социальную группу: освоение и присвоение социальной субъектности; переход (на определенном этапе жизни) от свойства быть объектом социализации к свойству быть субъектом социальной деятельности; наличие социального статуса молодых и их самоидентификации как молодых; распространенные в этой социальной группе тезаурусы, выражающие и отражающие ее символический и предметный мир [4, 19].

¹ Опрос проводился специалистами лаборатории прикладной политологии и социологии Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ в рамках реализации гранта Российского гуманитарного научного фонда «Социокультурный портрет Челябинской области» в июле — августе 2011 г. на территории Челябинской области. Работа выполнена в соответствии с типовой программой и методикой ЦИСИ ИФ РАН. Опрошена 1000 респондентов. Статистическая погрешность в выборке: $\pm 3\%$. Основной метод исследования — анкетный опрос.

Вначале определим общее жизнеощущение молодежи, исходя из анализа распределения ответов на вопросы о степени уверенности ее в своем будущем. В целом молодежи свойствен достаточно высокий уровень оптимизма, хотя, конечно, он является относительным. Принято считать, что именно молодежь и по своему положению в социальной структуре общества, и по результатам сравнительной оценки уровня оптимизма должна рассматриваться как эмоциональный драйвер развития общества. Действительно, вопрос «Насколько вы сегодня уверены или не уверены в своем будущем?» показал, что взрослое население региона гораздо чаще говорит о своих тревогах и страхе перед будущим и настолько же реже – о надеждах и оптимизме, чем молодежь. Рассмотрим, как распределились ответы респондентов на вопрос об их будущем (табл. 1).

Таблица 1

Степень уверенности респондентов в своем будущем, %

Вариант ответа	В целом по массиву опрошенных (n = 1000*)	Молодежь (18–30 лет; n = 271*)	Когорта взрослого населения (31 и старше; n = 729*)
Вполне уверен	13,1	17,8	11,4
Скорее уверен, чем нет	24,9	28,9	23,4
Не могу сказать точно	32,6	34,1	32,0
Скорее не уверен, чем уверен	19,5	14,4	21,3
Совершенно не уверен	8,5	3,0	10,6
Отказ от ответа	1,4	1,9	1,2

* В табл. 2–8 используются аналогичные характеристики респондентов.

Как видно из данных табл. 1, большинство молодых людей (34,1 %) не могут сказать точно, уверены или не уверены они в своем будущем. Тем не менее чувство уверенности как в среде молодежи, так у остального населения значительно преобладает над неуверенностью. В когорте взрослого населения уверенность также преобладает над неуверенностью, но цифры уже значительно ближе друг к другу. В целом по выборке уверены в своем будущем 38 % респондентов, из них 34,8 % из группы «старше 30 лет» и практически половина молодежи – 46,7 %. Следовательно, гораздо меньше среди молодого поколения и тех, кто не уверен в своем будущем – 17,4 %, против 31,9 % у взрослых. Совсем скептически настроены по отношению к будущему лишь 3 % опрошенных молодых людей («совершенно не уверен») и 10,6 % взрослого населения Челябинской области.

Удовлетворенность жизнью в целом, отношение к ситуации, переживаемой в настоящий момент, также является мерой жизненного оптимизма молодежи. Рассмотрим распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько вы удовлетворены своей жизнью в целом?» (табл. 2).

Таблица 2

Степень удовлетворенности респондентов жизнью в целом, %

Вариант ответа	В целом по массиву опрошенных	Молодежь	Когорта взрослого населения
Полностью удовлетворены	14,5	21,5	12,0
Скорее удовлетворены	39,2	40,0	38,9
Затрудняетесь сказать точно	13,8	18,5	12,1
Не очень удовлетворены	26,4	16,3	30,1
Совсем не удовлетворены	5,0	2,6	5,9
Отказ от ответа	1,1	1,1	1,1

Подавляющее большинство молодежи, как показал опрос, удовлетворено своей жизнью (61,5 %). В целом по массиву опрошенных эта цифра равна 53,2 %, а в когорте взрослого населения еще меньше — 50,9 %. Таким образом, разница между двумя возрастными группами составляет 10,6 %. Практически каждый пятый среди молодых опрошенных (21,5 %) дает самую высокую оценку своей нынешней жизненной ситуации, выбирая оценочную позицию «полностью удовлетворен». Только 18,9 % молодых людей в какой-то степени не удовлетворены своей жизнью («не очень удовлетворен» или «совсем не удовлетворен»).

Логичным представляется вопрос о том, как молодежь оценивает свое материальное положение, ведь материальная составляющая играет важную роль в формировании жизнеощущения молодого человека. Обратимся к данным таблицы, в которой представлены ответы на вопрос: «Какое из следующих высказываний сегодня лучше всего характеризует материальное положение — ваше, вашей семьи?» (табл. 3).

Оценки собственного материального положения — одной из главных забот большинства населения — выглядят довольно оптимистично, причем именно молодыми респондентами чаще выбираются позиции, указывающие на уровень доходов выше среднего: вариант ответа «В основном хватает, но не на покупку дорогостоящих предметов» у молодых встречается на 2,8 % чаще, чем среди опрошенных в когорте взрослого населения, а вариант «Почти на все хватает, но затруднения с приобретением квартиры» — на 2,1 % чаще, чем среди опрошенных в среднем по массиву. Как и респондентам в возрасте старше 30 лет (26,7 %), большинству молодежи (29,5 %) имеющих доходов в основном хватает, затруднения возникают с приобретением дорогостоящих предметов. Итак, различия молодежи и взрослых респондентов в оценке материального положения есть, но несущественные.

Довольно оптимистичными представляются распределения ответов респондентов на вопрос: «Вы и ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым годом или хуже?» (табл. 4).

Получены следующие оценки изменения материального положения: у 36,1 % опрошенных молодых за последние три года материальное положение улучшилось,

Таблица 3

Оценка респондентами своего материального положения, %

Вариант ответа	В целом по массиву опрошенных	Молодежь	Когорта взрослого населения
Денег не хватает на повседневные затраты	16,4	13,1	17,6
На повседневные затраты уходит вся зарплата	19,8	14,2	21,9
На повседневные затраты хватает, но покупка одежды затруднительна	21,8	20,9	22,1
В основном хватает, но не на покупку дорогостоящих предметов	27,4	29,5	26,7
Почти на все хватает, но затруднения с приобретением квартиры	12,6	19,8	9,9
Практически ни в чем себе не отказываем	2,0	2,6	1,8

Таблица 4

Оценка жителями Челябинской области изменений своего жизненного уровня, %

Вариант ответа	В целом по массиву опрошенных	Молодежь	Когорта взрослого населения
Стали жить намного лучше	5,0	8,6	3,7
Стали жить несколько лучше	27,2	36,1	23,9
Ничего не изменилось	42,3	37,2	44,2
Стали жить несколько хуже	17,1	11,9	19,1
Стали жить намного хуже	5,0	2,2	6,0
Не знаю	3,4	4,1	3,2

ухудшение отмечает 14,1 % (сумма позиций «Стали жить несколько хуже» и «Стали жить намного хуже»), большинство же молодых респондентов (37,2 %) считают, что оно осталось прежним. В сравнении с ответами респондентов старше 30 лет, суждения которых выглядят заметно пессимистичнее, улучшение материального положения молодые люди отмечают в большем количестве случаев (разность — 9,6 %), а ухудшение — в меньшем (11 %).

В исследованиях ценностных ориентаций молодежи важны также те косвенные показатели, которые выявляются в ответах на прожективные вопросы. Ответы на вопрос «Как вы думаете, в ближайшем году вы и ваша семья будете жить лучше, чем сегодня, или хуже?» распределились весьма характерным образом (табл. 5).

Таблица 5

Прогноз жителей Челябинской области относительно своего жизненного уровня в ближайшем будущем, %

Вариант ответа	В целом по массиву опрошенных	Молодежь	Когорта взрослого населения
Будем жить значительно лучше	10,5	17,5	8,0
Будем жить несколько лучше	18,2	28,3	14,4
Ничего не изменится	30,9	23,0	33,8
Будем жить несколько хуже	6,0	2,2	7,4
Будем жить значительно хуже	3,5	2,6	3,9
Не знаю	29,1	23,8	31,1
Отказ от ответа	1,7	2,6	1,4

Практически половина опрошенных молодых людей (45,8 %) ожидают улучшений в своей жизни в ближайший год, причем этот показатель на 22,4 % (в сумме) больше, чем у взрослой когорты населения. Практически каждый четвертый опрошенный (23 %) в молодежной среде и большинство из опрошенных в возрасте старше 30 лет (33,8 %) считают, что в жизни ничего не изменится. Перспективу ухудшения жизни в ближайший год видят 4,8 % опрошенных молодых людей (сумма позиций «Будем жить несколько хуже» и «Будем жить значительно хуже»), что на 6,5 % меньше, чем среди респондентов с негативным жизненным настроением в когорте старшего населения.

Далее рассмотрим влияние ценностных ориентаций на гражданскую и политическую активность молодежи. Уровень гражданской и политической активности молодых граждан помог выявить вопрос: «Являетесь ли вы членом какой-либо общественной организации?» (табл. 6).

Таблица 6

Распределение ответов респондентов на вопрос о членстве в какой-либо общественной организации, %

Организация	В целом по массиву опрошенных	Молодежь	Когорта взрослого населения
Политическая партия	4,3	2,7	5,2
Профсоюз	12,6	10,4	13,7
Религиозная организация	1,3	0,7	1,5
Другие организации	2,8	5,6	1,8
Не являюсь	79,0	80,6	77,8

Абсолютное большинство респондентов (80,6 %) в когорте молодых жителей не являются членами каких-либо общественных организаций. Это на 2,8 % больше, чем в группе респондентов старше 30 лет. Большинство тех, кто состоит в общественной организации, говорят о своем членстве в профсоюзах (10,4 %).

Членами политических партий являются 2,7 % молодежи, принявшей участие в опросе, только 0,7 % молодых людей состоят в религиозных организациях, еще 5,6 % отмечают свое членство в других организациях.

Причины неучастия значительной части молодежи в деятельности общественных организаций, как правило, связаны не только и не столько с возрастными особенностями, сколько с теми макроусловиями, которые государство и общество создает для молодежи. В частности, не раз упоминалось об особенностях взаимодействия поколений, незаинтересованности властных структур в вовлечении молодого поколения в активную социально-политическую жизнь. Стоит упомянуть и о складывающейся в новых социально-экономических условиях системе общественных ценностей, ориентирующей детей и подростков на прагматизм и индивидуализм.

Весьма предсказуемо респонденты ответили на вопрос о возможных причинах, по которым люди не состоят в общественных организациях. Рассмотрим с этой точки зрения распределение ответов на вопрос: «Как вы думаете, почему многие не участвуют в общественных организациях и формах местного самоуправления (собрание, сход граждан, самоорганизация по месту жительства, публичные слушания и др.)?» (табл. 7).

Таблица 7

**Ответы респондентов на вопрос о причинах неучастия людей
в общественных организациях, %**

Вариант ответа	В целом по массиву опрошенных	Молодежь	Когорта взрослого населения
Не видят пользы для себя от такого участия	54,0	56,3	53,2
Опасаются быть вовлеченными в неприглядные дела	11,4	15,8	9,8
Не знают, как это сделать	9,5	12,6	8,5
Встречают противодействие тех, кто там участвует	7,4	10,9	6,2

В обеих рассматриваемых возрастных группах акценты расставлены примерно одинаково. Наиболее популярным оказался вариант ответа «Не видят пользы для себя от такого участия», который выбрали 53,2 % опрошенных, в том числе 56,3 % респондентов в группе молодежи.

На втором месте среди факторов, сдерживающих рост численности членов общественных формирований, стоит опасность быть вовлеченными в неприглядные дела — так ответили 11,4 % опрошенных. Среди молодежи эта цифра выше, чем в группе взрослого населения, и составляет 15,8 % против 9,8 %.

Сегодня молодежи очень важно знать, каков социальный эффект деятельности той или иной общественной организации. У значительной части населения сложилось предубеждение в том, что общественные организации не могут ни на что повлиять. Увеличению числа участников общественных организаций мо-

жет способствовать регулярное информирование населения региона и молодежи, в частности, о целях, задачах, формах деятельности организаций, о проводимых мероприятиях и акциях.

Еще один чрезвычайно важный момент — ориентация молодежи на протестное поведение. В целях ее выявления респондентам был задан вопрос: «Готовы ли вы принять участие в акциях протеста (против снижения уровня и качества жизни, нарушений прав и свобод человека)?» (табл. 8).

Таблица 8

Ориентация на протестное поведение жителей Челябинской области, %

Вариант ответа	В целом по массиву опрошенных	Молодежь	Когорта взрослого населения
Пожалуй, готов	21,0	20,4	21,2
Пожалуй, не готов	11,9	15,2	10,7
Не готов	23,0	21,2	23,7
Затрудняюсь ответить	15,9	19,3	14,7
Отказ от ответа	6,3	5,9	6,4

Исходя из данных табл. 8, можно отметить, что доля молодежи в обеих группах — тех, кто готов принять участие в акциях протеста (сумма позиций «готов» и «пожалуй, готов»), и тех, кто не готов к такому шагу (сумма позиций «не готов» и «пожалуй, не готов»), практически равна. Но все же готовых протестовать среди молодежи чуть больше — 38,2 % против 36,4 %. И это достаточно серьезный сигнал. Конечно, далеко не факт, что все декларирующие свою готовность к участию в протестных акциях молодые люди на самом деле выйдут на улицы или на площади городов и сел. К тому же в сравнении с распределением ответов в целом по массиву протестный потенциал среди молодых респондентов пусть на несколько пунктов, но ниже. Тем не менее в целом протестный потенциал в среде челябинской молодежи достаточно высок. Вместе с тем в группе респондентов старше 30 лет ситуация еще более сложная: среди них 44,7 % тех, кто готов принять участие в акциях протеста, и лишь 34,4 % тех, кто не готов. Таким образом, проведенное исследование позволило установить, что протестный потенциал молодежи ниже уровня протестного потенциала взрослого населения.

В заключение отметим следующее. Анализ ценностных ориентаций молодежи, проведенный нами, был ориентирован на то, чтобы выявить и описать типичный образ современного молодого человека. Жизненные цели молодежи Челябинской области формируются вследствие актуализации той или иной системы ценностных ориентаций, и их можно и нужно рассматривать как своеобразные индикаторы, имеющие определенную величину и динамику. Подавляющее большинство молодежи удовлетворено своей жизнью в целом. Различия у молодежи и взрослых респондентов в оценке материального положения есть, но несущественные. Перспективу ухудшения жизни в ближайший год видят немногие из молодых людей, их меньше, чем среди респондентов с негативным жизненным

настроим в когорте старшего населения. Абсолютное большинство респондентов в когорте молодых жителей не являются членами каких-либо общественных организаций, чаще по причине того, что не видят пользы для себя от такого участия. В целом современная молодежь, проживающая на территории Челябинской области, имеет собственные мировоззренческие установки, ценности, жизненные ориентиры, отличные от установок людей среднего и старшего возраста.

1. Кон И. С. Молодежь // Философский энциклопедический словарь. 2-е изд. М., 1989. С. 375–376.

2. Латин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социс. 1996. № 5. С. 3–23.

3. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области. URL: http://chelstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/chelstat/ru/statistics/population/

4. Чупров В. И. Молодежь в обществе риска. М., 2007.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 352.075 + 316.35 + 316.647

А. В. Меренков

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМИ ПРОЦЕССАМИ В НЕОПРЕДЕЛЕННОМ ОБЩЕСТВЕ*

Рассматриваются изменения, которые происходят в системе управления социальными процессами в динамично меняющемся мире. Отмечается, что прежнее управление строилось на использовании стереотипов принятия людьми управленческих решений в условиях, когда будущая жизнь характеризовалась воспроизводством современного состояния социума. Быстрые изменения в материальном оснащении человеческой деятельности, нестабильность экономической, политической жизни, разрушение прежних моральных регуляторов привели к неопределенности ближайшего и отдаленного будущего. Возникает необходимость изменений в принятии управленческих решений для обеспечения их успешной реализации различными социальными группами.

Ключевые слова: управление, социальные процессы, неопределенное общество, стереотипы сознания и поведения.

Анализ эффективности различных законодательных актов, принимаемых на уровне правительств разных стран, а также на региональном уровне, показывает, что многие из них не дают желаемого результата. Их приходится

* Работа выполнена при поддержке РГНФ. Проект № 13-13-66502.

МЕРЕНКОВ Анатолий Васильевич — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой прикладной социологии, директор департамента политологии и социологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: Anatoly.Merenkov@usu.ru).

© Меренков А. В., 2013

со временем отменять или их реализация наталкивается на сильное сопротивление больших масс населения. Так, в России в конце 2012 г. была изменена система подсчета платы на жилье в многоквартирных домах, что сразу привело к ее существенному росту. В результате протестов жителей многих регионов пришлось сменить некоторых руководителей ЖКХ краев и областей. Министерство обороны признало ошибочность решения о сокращении количества военных городков, которое осуществлялось последние годы. Решения, которые принимаются законодательной и исполнительной властью по борьбе с коррупцией, пока не дают видимых результатов. Аналогична ситуация с попытками с помощью увеличения штрафов сократить количество дорожно-транспортных происшествий.

Однако низкая эффективность управленческих решений, принимаемых на уровне правительства, отмечается не только в России. Уже два года страны еврозоны борются за сохранение единой валюты, подорванной экономическим кризисом, но пока только увеличивается число стран, в которых он усиливается. Население перестает верить в то, что традиционно участвующие в борьбе за власть партии, их руководители способны эффективно управлять страной. В Италии в феврале 2013 г. более 25 % избирателей поддержали тех, кто предлагает выгнать «старых политиков, из зоны евро выйти» [1]. В Болгарии решение властей резко поднять плату за электроэнергию вызвало массовые протесты, которые привели к отставке правительства.

Причины этих явлений, видимо, не только в том, что кто-то из высших руководителей стран случайно принял ошибочное решение. Действуют более глубокие факторы, которые требуют своего специального социологического изучения. Они связаны с теми качественными преобразованиями, которые происходят в современном обществе, вызывая изменения в системе принятия управленческих решений на уровне не только правительств, но и руководителей регионов, крупных и малых предприятий.

В течение многих веков социальная жизнь характеризовалась высокой устойчивостью ориентаций, установок людей на социальное поведение. Содержание трудовой, бытовой, досуговой деятельности не менялось из поколения в поколение. Это вызывало формирование устойчивых стереотипов поведения в семье, общине, в отношениях с властями. Управленческие решения, принимаемые центральными и местными органами власти, были направлены на сохранение того устойчивого общественного порядка, который обеспечивал стабильное существование государства.

Социальное управление представляет собой систему регулирования совместных действий группы людей для обеспечения определенного результата. Поскольку таковым выступало обеспечение воспроизводства текущей жизни путем трансляции способов ее организации в будущее, не возникало необходимости, во-первых, конструировать содержание самой цели принятия конкретного управленческого решения, поскольку она уже была дана. Во-вторых, так как в прошлом удавалось ее реализовать апробированными методами, то исчезала потребность в поиске оптимального варианта действий органов власти. Веками господствовали методы жесткого принуждения, которые были привычны не

только для субъектов управления, но и для населения. О какой-либо демократии речи не велось. Люди руководствовались стереотипами подчинения главе семьи, населенного пункта, региона, страны.

Способы контроля реализации управленческих решений также были проверены многолетней практикой жизни, которая была на виду у всех: родственников, соседей, представителей церкви, местной власти.

Стереотипы организации жизнедеятельности каждого человека обеспечивали господство стереотипов управления малыми и большими общностями. Эти схемы позволяли формировать представления об устойчивом будущем как граждан, так и самого государства. Не нужно было вообще думать о будущем, господство стереотипов было в прошлом и существует в настоящем.

Согласно Липпману, стереотипы — это формируемые культурой «картинки мира» в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии социальных объектов, а также защищают его ценности, позиции и права [2, 23]. Стереотип представляется в виде схемы, которая, возникнув когда-то, детерминирует сознание и поведение индивидов в настоящем и будущем.

Исследуя природу возникновения стереотипов, следует подчеркнуть, что они могут возникать только при наличии *стабильных условий* воспроизводства культуры социальной деятельности человека в семье, общине, государстве. Стереотип возникает там и тогда, когда исчезает какая-либо неопределенность. Он предполагает наличие только одного варианта бытия условий жизни, действий людей. На основе стереотипов создаются нормы, правила поведения, которые призваны формировать в сознании индивидов нужные для социума устойчивые схемы действий. Они должны воспроизводиться в будущем, чтобы обеспечить его связь с настоящим, привычным. Завтрашний день становится определенным. Он не несет в себе неожиданностей, требующих активного и быстрого принятия новых управленческих решений на уровне не только социума, но и отдельного индивида.

Определенность общественной жизни на основе устойчиво передающихся веками норм и правил формировала особую систему управления личностью собственным поведением. Имея представления о том, что ожидают от нее окружающие люди в типичной жизненной ситуации, она сознательно подчиняла свои поступки требованиям культуры. Ежедневное воспроизводство конкретных моральных, трудовых и иных норм поведения вело к появлению автоматизма в их реализации. Уже не нужно было сознанием контролировать правила общения, им подчиняли жизнь на основе возникшей программы работы психических реакций, движений тела.

В связи с этим следует уточнить само понимание стереотипов. Они не являются жесткими шаблонами, мертвыми схемами действий. Стереотипы представляют собой устойчивые, схематически оформленные программы воспроизводства социального субъекта, фиксирующие неизменность условий его существования и обеспечивающие приспособление к ним.

До конца XX в. относительная устойчивость во всех сферах жизни подавляющей массы людей позволяла сохранять систему принятия и реализации управленческих решений на основе давно выработанных стереотипов. При этом

даже в условиях западной демократии чаще всего не изучалось мнение больших масс населения о том, насколько оно готово к принятию того нового, что вводил очередной закон. Наглядным примером такого положения является недавнее острое обсуждение во Франции закона, дающего право на заключение гомосексуальных браков и предоставляющего гомосексуальным семьям возможность усыновлять детей. Исполнительная власть не утруждала себя исследованием отношения к этой инициативе разных групп населения. Массовые протесты противников создания семей, в которых два папы или две мамы, не дали результатов. Парламентское большинство утвердило предложение президента [3].

Однако этот результат не снижает противоречий, вызванных тем, что в качественно новых социокультурных условиях, в которых уже несколько десятилетий живут многие страны мира, до сих пор действуют устаревшие стереотипы управления социальными процессами. В последние два десятилетия темпы изменений труда, быта, общения людей, благодаря постоянным инновациям в науке, технике, настолько возросли, что впервые в истории человечества возникла качественно новая ситуация с созданием и разрушением стереотипов социокультурной деятельности человека.

Стала исчезать основа их возникновения, которая заключается в наличии устойчивости жизнедеятельности личности, малых и больших социальных групп, стран, культур. Так, в результате активной разработки новых информационных технологий компьютерные программы стали меняться примерно раз в год. Новая программа, стереотип использования которой еще не выработался, заменяется другой, делающей ненужными уже возникшие умения. Исчезает смысл выработки устойчивых навыков работы с новой техникой. Создатели так называемых «умных» сотовых телефонов стремятся к тому, чтобы уже раз в полгода выпускалась очередная новая модель с какими-то будто бы важными новациями. Что появится на прилавках буквально завтра, неизвестно. Будущее людей, которое детерминирует всю их повседневную жизнь, стало неопределенным.

На производстве стали часто меняться технологии труда, машины, механизмы. Не всегда обоснованные нововведения в работе неизбежно ведут к снижению как темпов ее выполнения, так и качества. Природа человека не готова к тому, чтобы быстро переключаться от одних действий к другим. Она ориентирована на устойчивые условия осуществления той деятельности, которой приходится заниматься ежедневно. Только в этом случае утверждаются стереотипы управления головой, руками при выполнении трудовых операций. Неполное их утверждение является одной из причин возрастания роли человеческого фактора в возникновении различных происшествий на производстве, катастроф, нарушений правил техники безопасности. Люди не успевают быстро принять управленческое решение в нестандартной ситуации. Стереотипы трудовой деятельности теряют основу для своего возникновения и утверждения из-за того, что даже в ближайшем будущем отсутствует определенность выполнения известных действий.

Активные преобразования происходят не только в тех сферах, где человек вынужден осваивать новейшую технику. Они уже затрагивают систему мо-

ральных, эстетических, политических норм и правил. Это вызвано в первую очередь разрушением прежней системы управления семейными отношениями. В течение многих веков мальчики знали, что им предстоит быть главой семьи, принимать решения, определяющие реализацию всех ее основных функций. У женщин с раннего детства формировали ориентации, с одной стороны, на подчинение мужу, с другой стороны, на управление домашним хозяйством, воспитанием детей. Вся семейная жизнь была расписана на многие годы, что позволяло действовать на основе стереотипов поведения в типичных жизненных ситуациях.

В наше время потребность в создании устойчивого, принятого социумом стереотипа отношений между супругами, родителями и детьми перестала быть значимой для многих людей. Каждый пытается создавать подходящий только для него способ родственных связей. Управлять собой в семейной жизни становится излишним требованием, подчиняться кому-либо в этой группе считается не обязательным условием ее сохранения. Само будущее семьи как социального института становится неопределенным.

Люди все чаще демонстрируют природный эгоизм, руководствуясь инстинктами, а не нормами культуры. Широко обсуждаемые в последнее время в СМИ факты необъяснимого, жесткого насилия в семье подтверждают одну очень важную закономерность взаимодействия природных и социокультурных стереотипов. Она заключается в том, что снижение устойчивости того, что требует культура, неизбежно ведет к усилению природных склонностей к агрессии, бессмысленной жестокости, удивляющей даже тех, кто ее демонстрирует. Веками существовавшая система нравственного воспитания была направлена на подавление так называемых «дурных» склонностей. Современная либеральная система, понимаемая частью людей как предоставление полной свободы человеку дома, в общественных местах, вызывает произвол стереотипов, имеющих природное происхождение. Индивид перестает управлять своими действиями на основе устойчивых стереотипов выполнения моральных и правовых предписаний.

Неопределенность направленности и содержания социальных изменений, рождающая неуверенность в завтрашнем дне, невозможность с помощью властных структур решить насущные проблемы жизни больших масс людей ведет к слову стереотипа подчинения тем, кто правит страной. Возрастающая неопределенность поведения людей, вызванная отсутствием устойчивых стереотипов нравственного, трудового, политического поведения, ведет к попытке власти установить тотальный контроль за всеми и всюду. Поэтому в последние годы началась установка различных видеокамер в аэропортах, на вокзалах, в помещениях предприятий, на улицах, в подъездах жилых домов. Каждый гражданин подозревается в том, что он руководствуется в своем поведении не социокультурными, а теми природными стереотипами, которые побуждают его совершать разные проступки. На всех навешено клеймо потенциального преступника.

Если власть так думает о населении, то люди невольно начинают воспроизводить поведение тех, кто нарушает закон. Придумываются разные способы

нарушения правил поведения, например, на дорогах, где установлены камеры, контролирующие скорость движения, в самолетах, общественных местах. Возникает другое социальное поведение, которое характеризуется либо исключением индивида из числа тех, кто должен подчиняться социуму, либо добровольной реализацией требований, обеспечивающих комфортные взаимоотношения в семье, трудовой общности, при случайных контактах в общественных местах.

Общество заинтересовано в формировании человека, который умеет управлять собой, понимая и принимая как давно созданные, так и новые моральные, эстетические, трудовые, правовые нормы и правила. Для этого нужно изменить систему управления людьми в обществе в условиях возрастания неопределенности его технической и технологической оснащенности в ближайшем будущем, результатов политических и экономических процессов, происходящих в отдельных странах и в мире в целом, разрушения устойчивых стереотипов поведения больших масс людей в постоянно меняющейся жизни.

Прежде всего, требуется изменить сам порядок принятия управленческих решений. Сейчас он чаще всего строится на абстрактном желании решить сиюминутную проблему, а не строгой последовательности действий, направленных на получение длительного положительного результата. Теория управления указывает, что сначала должна быть выработана ясная, понятная, реализуемая *конечная цель действий*. Она заключается не в том, чтобы изменить нечто в объекте управления, а в перестройке самой системы взаимодействия управляющего и управляемого. Для первого конечной задачей должно стать превращение объекта регулирования в *субъект самоуправления*. Поэтому в цель должно сразу закладываться постепенное ограничение функций ныне действующего субъекта управления.

Этим принципом пытаются руководствоваться, когда принимаются законы, повышающие степень самостоятельности мелкого и крупного бизнеса. Однако чаще всего решения направлены лишь на снижение контроля государства, а не формирование собственника, заинтересованного и умеющего обеспечить высокое качество продуктов, промышленных товаров, услуг. Пока имеющаяся самостоятельность бизнеса не обеспечивает существенного роста конкурентоспособности отечественных товаров. Возникает парадоксальное явление: благородная цель дает негативный результат. Он вызван отсутствием у законодателей представлений о том, как социальный субъект превращает себя в способного к самоуправлению индивида. Для этого должна постоянно осуществляться работа по *саморазвитию* российского бизнеса. К этому его нужно побуждать, отслеживать степень формирования умения организовать представителей этой социальной группы на самоконтроль, на борьбу с теми, кто не выполняет нормы и правила ведения честного бизнеса.

Но этим государство пока занимается явно недостаточно. Отсюда — негативные последствия как для страны, так и собственных предприятий. Воровство процветает, недовольство населения возрастает. Оно подогревается тем, что сами лица, имеющие властные полномочия на уровне министерств, ведомств, все чаще и чаще демонстрируют то, что многими специалистами вос-

принимается как элементарная некомпетентность, глупость. Так, например, в новых федеральных стандартах высшего образования появилось требование о привлечении работодателей к обучению будущих специалистов, но законодатели не выяснили степень их реальной готовности к выполнению очень сложной работы по обучению нынешних студентов. Принимаются непонятные по конечным целям решения по изменению системы подготовки научных кадров, организации защит диссертационных работ.

В условиях неопределенности общественного развития в мире, стране, каждом регионе требуется тщательная проработка целей любых нововведений, обоснование их принятия на основе широкого обсуждения с теми, кому придется эти цели реализовать. Объект управления должен стать полноправным субъектом разработки каждого нормативного акта. Но сохраняется прежний принцип управления, заключающийся в том, что «власти всегда виднее, она владеет истиной». Такая ситуация ведет к тому, что нарушается следующее важное положение теории управления, указывающее на необходимость *поиска оптимального варианта* реализации цели. Должны быть рассмотрены и просчитаны все возможные способы действия, определена вероятность негативных последствий в результате специальных исследований.

Пока применяется способ запугивания тех, кто нарушает закон. Однако в условиях отсутствия у весьма значительной части индивидов стереотипов должного поведения в семье, школе, общественных местах, в трудовой деятельности надеяться на то, что страх остановит от нарушений, уже не всегда обоснованно. Нужно искать другие методы реализации управленческих решений на уровне федеральной, региональной, местной власти. Так, например, в борьбе с коррупцией следует опробовать способ саморегулирования управленческими структурами расходов бюджетных, частных средств, но только после экспертизы плана их использования и при наличии текущего контроля качества осуществления тех работ, для которых они предназначались. У исполнителей заказа должна появиться заинтересованность в экономии финансов только на основе применения самых последних достижений, в первую очередь отечественной науки и техники. Тогда стимулирование рационализаторов, изобретателей позволит не только решить важную для развития нашей страны задачу роста инновационных разработок, но и обеспечить законное получение управленцами высоких премий за принятие умных решений. Моральное поощрение руководителей эффективнее осуществлять на основе создания общественного мнения об «умном менеджере». На моральное уродство уже не обращается внимание, а выглядеть глупым пока не хочется.

В неопределенном обществе продуманные управленческие решения становятся единственным способом обеспечения их эффективности. Возрастание степени рациональности в управлении путем снижения опоры лишь на прошлый опыт, активное привлечение социологических, психологических знаний о человеке, особенностях его поведения становится важной отличительной характеристикой современного менеджмента. Руководителю недостаточно только знаний о том, как когда-то и кто-то управлял, он должен постоянно учитывать тенденции изменения человека, его сознания, поведения в нестабильном обществе при

отсутствии прежних стереотипов, определяющих его действия. Это повышает вероятность принятия решений, понятных для тех, кто их будет осуществлять.

1. Выборы в Италии: политики опасаются конкуренции комика [Электронный ресурс]. URL: www.vesti.ru/doc.htm?id=1040173.

2. *Липпман У.* Общественное мнение. М., 2004.

3. Массовые протесты против легализации однополых браков во Франции [Электронный ресурс]. URL: www.Russian.irib.ir/news/ve-mire/item/165670 от 3.02.2013.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 316:364-32(07) + 364-4(07)

М. В. Певная

ДИСЦИПЛИНАРНЫЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ВОЛОНТЕРСТВА*

Анализируются различные научные подходы к исследованию волонтерства как социального феномена. Раскрывается специфика изучения волонтерства как объекта социологического исследования сквозь призму предметных (дисциплинарных) и методологических (межпредметных) научных подходов.

Ключевые слова: волонтерство, добровольчество, методология социологического исследования, дисциплинарные подходы, методологические подходы.

Широкий общественный резонанс в отношении популяризации волонтерства в разных странах активизирует научный интерес к данной проблематике со стороны специалистов разных направлений. В этом контексте, на наш взгляд, следует рассмотреть волонтерство именно как социальный феномен, раскрыть его специфику как объекта социологического исследования сквозь призму разнообразных подходов, причем как предметных (дисциплинарных), так и методологических (межпредметных).

Попытки выделить и классифицировать научные подходы к анализу волонтерства представлены во многих научных работах по данной проблематике. Проанализировав целый ряд трудов [1, 2, 4, 5, 7 и др.], сформулируем некоторые общие методологические замечания. Во-первых, практически во всех теоретических исследованиях волонтерства выборочно или фрагментарно представлены лишь отдельные предметные и межпредметные подходы. Во-вторых, потенциал фундаментальных методологических традиций исследователями

* Работа выполнена при поддержке РГНФ. Проект № 13-13-66502.

ПЕВНАЯ Мария Владимировна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий управления Института фундаментального образования Уральского федерального университета (e-mail: Nauka_fgo@gmail.com).

© Певная М. В., 2013

недооценивается, как правило, приоритет в работах отдается каким-то отдельным дисциплинарным подходам. В-третьих, эти подходы не позволяют рассмотреть феномен через оценку его междисциплинарного характера, так как авторы углубляются в изучение частных проблем отдельных предметных сфер. Выделенные нами проблемные моменты характеризуют отсутствие системного взгляда на волонтерство как объект исследования.

Обратимся к характеристикам волонтерства с позиции философии, экономики, истории, педагогики, психологии, права и социологии. По нашему мнению, эти предметные подходы не противоречат, а дополняют друг друга. Они позволяют увеличить исследовательское поле применения общеметодологического анализа, усилить возможности социологического подхода.

Основа фундаментального понимания волонтерства заложена в философском знании. Как правило, *философский подход* нацеливает исследователей на рассмотрение онтологических и гносеологических оснований деятельности волонтеров, позволяет объяснить закономерности их бытия и осознания своего целеполагания, смысложизненного поиска, связанного со свободной и нравственной деятельностью, личностным совершенствованием.

Одним из наиболее разработанных в научном мире является *экономический подход* к анализу волонтерства. Его суть заключается в выявлении тесной связи между волонтерской деятельностью, экономическими затратами на нее, социально-экономическими выгодами для индивида, общности и общества в целом. Он выводит исследования на измерение количественных показателей, позволяющих дать оценку стоимости волонтерства как экономического феномена, т. е. провести сравнительный анализ финансовых показателей ценности индивидуального труда волонтера и наемного работника, сопоставить стоимость оказанных услуг в рыночных условиях и в некоммерческом секторе. Экономический подход предполагает анализ экономической ценности деятельности волонтеров на трех уровнях: микроуровне, организационном и уровне макроэкономического анализа. Микроуровень связан с измерением экономической стоимости труда волонтера как для самого волонтера, так и для того, кому он оказывает помощь. На организационном уровне анализа проводят оценку стоимости мероприятий, проектов, которые организация смогла реализовать благодаря привлечению труда волонтеров. Изучению подвергается также уровень вложений организации, затраченных на подготовку волонтеров к работе и управление их деятельностью. На макроуровне оценивается совокупный уровень экономики общественного сектора, подсчитывается вклад волонтерского труда в общественное развитие в национальном и глобальном масштабе [8, 224].

Должного внимания требуют нормативно-правовые аспекты регулирования волонтерства и *правовой подход* к нему. Его предметом являются нормы, составляющие правовую основу благотворительной и добровольческой деятельности, а также практика их применения [2, 5]. Правовой подход позволяет определить статус субъектов волонтерской деятельности, выделить те стороны их взаимодействия, которые нуждаются в законодательном регулировании в определенных территориальных рамках. В анализе правовых аспектов исследуемого нами феномена подвергается оценке характер построения законодатель-

ства, регулирующего положение и деятельность волонтерства в разных странах, изучаются правопреемственность международных норм, особенности регионального и местного правотворчества. Особое внимание уделяется исследованию практик правоприменения в разных странах.

По числу представленных научных материалов, статей, диссертационных исследований, по публикационной активности их авторов можно заключить, что наиболее разработанными в российской науке являются педагогический и психологический предметные подходы к исследованию волонтерства. **Педагогический подход** к волонтерству заключается в рассмотрении его как: одного из ключевых элементов воспитательного процесса подрастающего поколения; механизма социализации; технологии профессиональной подготовки или обучения; неотъемлемой составляющей сферы воспитания и образования, где формируются основные качества личности. Он реализуется через оценку и технологизацию широко представленных в России волонтерских практик подростков и молодежи, направлен как на объяснение внутреннего педагогического потенциала самого волонтерства и исследование педагогической специфики обучения волонтеров, так и на включение в педагогический и воспитательный процесс различных образовательных институтов, имеющих отношение к этому феномену.

Психологический подход позволяет раскрыть структурно-содержательные характеристики добровольческой деятельности через оценку ее структурных элементов, анализ их функциональной нагрузки посредством исследования субъекта этой деятельности и его активности. Он направлен на анализ предметного содержания деятельности и оценку волонтера как ее субъекта, с акцентом на его личностные позиции и внутриличностные механизмы. Психологическому анализу подвергаются мотивы, цели и задачи деятельности волонтера, субъективные представления о ее результатах, текущие условия ее осуществления, среди которых важнейшими являются способы достижения цели.

В ходе реализации педагогических, экономических, психологических, социологических исследований волонтерства ученые обращаются в своих работах к **историческому подходу**. В данном случае исследования направлены на изучение исторических взаимосвязей, анализ аспектов проявления сущностных характеристик волонтерства в различные исторические периоды, оценку особенностей его институционального оформления в прошлом и закрепления в настоящем времени. Подход демонстрирует становление и закрепление волонтерства в социальной жизни через сопоставление исторических фактов, анализ действий исторически значимых лиц и отдельных социальных общностей. Исторический подход нацелен на эффективное использование волонтерских практик, которые накопило за свою историю человечество. Он объясняет генезис волонтерства в рамках культурно-исторического развития отдельных стран. Исследователи доказывают, что у каждой страны есть свои специфические традиции взаимной поддержки людей на уровне сообщества, существовавшие ряд столетий, и многие из них пересекаются с современным пониманием добровольчества как формы социального поведения, осуществляющейся свободно [6].

В современных социокультурных условиях, когда отсутствует замкнутость

отдельных государств и обществ, стираются временные и пространственные границы, в исследовании феномена волонтерства одним из самых продуктивных оказывается **социологический подход**. Его суть состоит в системном понимании того, что волонтерство является одним из важнейших социальных феноменов, выступающих неотъемлемым компонентом всей общественной системы, в исследовании его влияния на общество и в изучении влияния общества на него. Социологический подход направлен на анализ общественного мнения относительно волонтерства, на оценку отношения волонтеров к своей деятельности. Он включает в себя сочетание исследования объективных характеристик и субъективных оценок рассматриваемого феномена. Именно в рамках социологического знания волонтерство может рассматриваться с различных позиций, исследоваться комплексно на макро-, мезо- и микроуровнях социального взаимодействия с учетом общественно значимого характера самого феномена.

Анализ волонтерства как в зарубежной, так и в российской социологии традиционно ограничен проблемами исследования волонтерства как труда или деятельности в рамках отраслевых социологий, таких как экономическая социология и социология труда. В рамках экономической социологии характерно рассмотрение добровольчества в контексте функционирования и развития деятельности третьего сектора и становления гражданского общества. В социологии труда рассматриваются добровольческий труд, его содержание, характер, виды, на индивидуально-личностном уровне — мотивация и стимулирование развития личных качеств волонтеров. Целостные же социологические исследования волонтерства как социального феномена пока отсутствуют.

Система социологического знания позволяет рассматривать волонтерство с различных позиций, анализировать его комплексно как социальную систему, социальный институт, социальную общность и деятельность. Необходимо особо подчеркнуть, что это не только не исключает из «дизайна исследования» иных дисциплинарных подходов, но и наращивает их потенциал за счет различных общенаучных или методологических подходов.

Одним из ключевых среди них выступает **системный подход**. Он позволяет рассмотреть волонтерство как общественную систему, которая функционирует в контексте социальных, экономических, политических отношений как внутри локальных общностей, так и в глобальном пространстве, где волонтеры как акторы совершают определенные действия и вступают в коммуникацию на межличностном, групповом и межгрупповом уровнях.

Благодаря методологии системного подхода можно: проанализировать основные условия целостности и адаптируемости волонтерства как системы; исследовать аспекты его интеграции в систему разделения труда (оно включается в процессы профессионализации), систему образования (рассматривается как средство социализации членов общества); объяснить сущность феномена с позиции «функционального императива» адаптации, целедостижения, интеграции личности в социальную систему, поддерживающую ценностные образцы поведения волонтеров как акторов.

Волонтерство в рамках системного подхода, по нашему убеждению, может характеризоваться как целостная система основных составляющих ее элементов,

в единстве их связей и взаимодействий, раскрыть которые возможно благодаря синергетическому эффекту при использовании потенциала социокультурного и аксиологического подходов.

Сущность **социокультурного подхода** к волонтерству состоит в рассмотрении его сквозь призму единства в нем культуры и социальности. Этот подход позволяет исследовать феномен волонтерства как важнейший элемент культуры общества, необходимый для укрепления доверия, саморегуляции и самовоспроизводства культурной системы в целом. Сущностные характеристики и ментальные основы волонтерства проявляются в социально-культурных гражданских инициативах, направленных на формирование гражданских отношений, на развитие социального творчества с целью преобразования, улучшения качества жизни социума и личностного совершенствования человека как его создателя [4, 9].

Говоря о социокультурном осмыслении волонтерства как феномена культуры, следует иметь в виду его ценностную основу. В связи с этим представляет интерес **аксиологический подход** к рассмотрению волонтерства. Он направлен на объяснение ценностной природы волонтерства, которая, по нашему мнению, проявляется в ценностях волонтерской деятельности на личностном, общественном и социетальном уровнях. Данный подход позволяет рассматривать не только ценности волонтерства, но и само волонтерство как ценность.

Исследуемый феномен в рамках социокультурного и аксиологического смыслов включен в образовательно-культурную среду, которая сохраняет и транслирует духовные ценности общества, поддерживает ценности общности волонтеров, способствует тому, что они постоянно трактуются, воспроизводятся и приумножаются волонтерами как субъектами деятельности.

Наиболее применяемым к анализу волонтерства в современной социологии является **институциональный подход**. Он открывает методологическую перспективу исследования волонтерства через выделение в нем самых общих признаков социального института. Суть институционального подхода к исследованию нашего феномена состоит в понимании того, что, реализуя свои функции, институт волонтерства регулирует деятельность волонтеров как членов общества в рамках социальных отношений, возникающих как внутри волонтерской общности, так и за ее пределами; создает возможности и условия для удовлетворения потребностей самих волонтеров и тех членов общества, кому оказывается непосредственная помощь; обеспечивает социальную интеграцию и поддерживает устойчивость общественной жизни; осуществляет социализацию индивидов.

В исследовании института волонтерства данный подход направлен на анализ роли общности волонтеров в развитии институциональных структур и норм, на оценку институциональных механизмов, обеспечивающих внутри- и межинституциональные взаимодействия данной общности с политическими и экономическими институтами, институтами образования и профессии.

Институциональный подход позволяет рассматривать волонтерство как созданную человеком структуру взаимодействия, превращающую ценностные представления индивида в важнейший фактор поведенческой мотивации, умень-

шающую неопределенность, организующую повседневную жизнь. Этот процесс оказывает существенное влияние на жизненный мир, систему мировоззрения членов социальных общностей, включенных в институциональное поле волонтерства.

Еще одним методологическим подходом к анализу нашей проблемы является **деятельностный подход**. Суть его заключается в рассмотрении волонтерства как определенного вида деятельности в системе образа жизни волонтеров, который реализуется членами волонтерской общности. Этот вид деятельности может характеризовать рождающееся в его рамках специфическое отношение волонтеров к окружающему миру и самому себе. С позиции данного подхода волонтерство может рассматриваться через анализ изменений субъектов, обусловленных их практической активностью в сфере реализации сугубо добровольческой деятельности.

Необходимо отметить, что все рассматриваемые нами общеметодологические подходы применительно к волонтерству находятся в тесной взаимосвязи. Например, связь институционального и деятельностного подходов позволяет перенести акценты в исследовании с анализа институциональной структуры волонтерства на деятельность волонтеров как активных субъектов, которые, реализуя свою активность, трансформируют данный институт, саму общность, культуру и т. д. Таким образом, представленные элементы методологии анализа волонтерства предполагают оценку социальной общности волонтеров через своего рода «поле возможностей» и деятельностную активность. Это, в свою очередь, предполагает анализ социального движения волонтеров как динамичной формы организации социальных субъектов, создаваемой их активностью в определенных условиях пространственно-временного континуума. В несколько другом аспекте деятельностный подход выводит на целый комплекс проблем, связанных с профессионализацией волонтерства в сфере социальной работы в государственном и третьем секторах.

Еще одним методологическим подходом является **общностный подход**, который применительно к волонтерству заключается в изучении структуры общности волонтеров через оценку ее сложной многоуровневой модели, в анализе ресурсов, которыми обладает сама общность и ее члены, в изучении повседневных практик социальной общности волонтеров и их образа жизни.

Исходя из классификации общностных признаков [3], можно выделить следующие признаки волонтерской общности: включенность волонтерства в широкий социальный контекст, систему общественных отношений; наличие у членов волонтерской общности значимого основания действовать сообща либо находиться в данной общности; наличие в общности волонтеров взаимодействия разного уровня — от сильного (в рамках ситуативно самоорганизующихся групп) до весьма слабого (уровень международного движения), обеспечивающего функционирование социальных связей внутри общности; схожие характеристики условий жизни и деятельности волонтеров; наличие социально-пространственных и социально-временных характеристик социальной общности; определенные правила, традиции, ценности, установки и образцы поведения, характерные для большинства членов общности волонтеров; признание данной

общности социальным окружением в социальной среде (учебное учреждение, производственный коллектив, некоммерческая организация, семья и т. д.), формирующее ее идентичность.

Общностный подход направлен на рассмотрение структуры социальной общности волонтеров, формируемой в условиях свободы коммуникации, когда в постоянной динамике расширяется и сужается число взаимодействующих людей. В рамках феноменологической исследовательской традиции анализу подвергается социально-психологическая самоидентификация волонтеров, интерпретируются их субъективные представления в качестве реального основания социального структурирования их общности. Подход включает в себя также рассмотрение проблемы выявления социально-демографических отличий волонтеров, определения их социальных и статусных позиций как членов общества и данной общности. Еще одним срезом применения общностного подхода является возможность изучения повседневных практик волонтеров. Их объем и содержание раскрывают контекст «вписывания» волонтерской деятельности в образ жизни людей.

Каждый из проанализированных в данной статье подходов обладает своими достоинствами, акцентирует внимание на специфических аспектах волонтерства как социального феномена, позволяет его рассматривать под разными углами зрения. В качестве определяющих для социологического исследования поставленной в статье проблемы нам представляются системный, институциональный, общностный и деятельностный подходы.

-
1. *Азарова Е. С.* Психологические детерминанты и эффекты добровольческой деятельности : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Хабаровск, 2008.
 2. *Жаворонков Р. Н.* Гражданско-правовое регулирование добровольческой и благотворительной деятельности в РФ : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2004.
 3. *Зборовский Г. Е.* Теория социальной общности. Екатеринбург, 2009.
 4. *Оленина Г. В.* Педагогика социально-культурного проектирования и продвижения гражданских инициатив молодежи : автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Барнаул, 2011.
 5. *Паршина Ю. В.* Нравственное становление старшего подростка в волонтерской деятельности : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Воронеж, 2011.
 6. Понимание добровольчества в целях развития в Юго-Восточной Европе и Содружестве Независимых Государств: уроки, направленные на расширение деятельности [Электронный ресурс]. Bonn, 2010. URL: <http://europeandcis.undp.org>.
 7. *Трохина А. В.* Занятость волонтеров в России: формирование и регулирование : автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2012.
 8. *Salamon M., Wardell F., Lishman J.* Measuring the economic value of volunteer work globally: concepts, Estimates and a roadmap to the future // *Annals of Public and Cooperative Economics*. 2011. Vol. 82, № 3. P. 217–252.

Статья поступила в редакцию 12.03.2013 г.

УДК 316.61 + 378.18 + 316.613.4

В. Н. Стегний
Л. Н. Курбатова

ЛИЧНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА В ОТРАЖЕННОМ СОЦИАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ)

Рассматриваются проблемы социального моделирования личности в условиях быстро меняющейся институциональной среды, что предполагает выработку эффективных социальных инструментов управления. В основу статьи положены результаты социологических исследований, проведенных на базе Пермского национального исследовательского политехнического университета и Пермского гуманитарно-технологического института, которые позволили выделить характер институциональных изменений системы социальных потребностей и жизненных ценностей студентов в период с 1968 по 2012 г.

Ключевые слова: личность, студенты, образование, рынок труда, социальные потребности, жизненные ценности, социальные типы, эмпирическое исследование.

Тенденция современного развития общества — переход к открытому информационному пространству, который предполагает не столько разрушение политических и экономических границ, сколько расширение социокультурных границ. Быстрое внедрение технических, технологических новшеств порождает стремительное развитие новой модели личности. Данное условие требует возрастания роли не только профессионально-функционального, но и социокультурного знания. Чтобы выжить в условиях научно-технического прогресса, человек должен постоянно оценивать социальные последствия своих открытий, своей работы [5]. Следовательно, возрастает роль социально-гуманитарного знания, при этом формальное образование как институциональный фактор становится не только неотъемлемой частью развивающегося общества, но и активным средством формирования стандартной модели современной личности.

Использование рыночных механизмов социально-экономического управления приводит к необходимости моделирования личности [1]. В таких условиях личность должна обладать как профессионально востребованными, так и социальными и социально-психологическими качествами, позволяющими быстро адаптироваться к новым социальным реалиям, но при этом оставаться социально активной.

Разработка модели личности в современных условиях рассматривается в следующих направлениях: а) изучение места и роли личности в современном

СТЕГНИЙ Василий Николаевич — доктор социологических наук, профессор, декан гуманитарного факультета Пермского национального исследовательского политехнического университета (e-mail: gf@pstu.ru).

КУРБАТОВА Людмила Николаевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и политологии, заведующий лабораторией социологии проблем высшего образования Пермского национального исследовательского политехнического университета (e-mail: kurbatova-ln@mail.ru).

© Стегний В. Н., Курбатова Л. Н., 2013

обществе (сочетание «человека социального» и «человека институционального»); б) изучение взаимоотношений личности и рынка труда (сочетание «человека культурного» и «человека экономического»); в) исследование и анализ факторов, влияющих на формирование личности в новых социальных условиях (личность как планетарная система и личность как социальная индивидуальность).

Анализ вторичной информации, включая результаты социологических исследований, проведенных лабораторией социологии высшего образования Пермского национального исследовательского политехнического университета, позволяет выделить основные социальные проблемы, которые раскрывают характер адапционных свойств студента, а также факторы, влияющие на процесс изменения социальных качеств личности [4].

Здесь имеют значение изучение и анализ проблем, которые были выявлены в процессе наших предшествующих исследований:

1. Отношение современной молодежи к высшему образованию в условиях неустойчивой, неопределенной среды. Как меняются ценности образования в области социально-профессиональной деятельности, социально-экономического и социокультурного статуса личности? Какова нравственная основа этих изменений: Homo-sapiens или Homo-standard?

2. Требования рынка труда к квалификации рабочей силы. Современная мировая практика фиксирует полюсность этих требований. Одна часть рынка труда тяготеет к неквалифицированному, другая — к высококвалифицированному труду, причем эта тенденция характерна сегодня для крупных и суперкрупных современных организаций. Какова тенденция развития этих требований на российском рынке труда? Что сегодня представляет человек как продукт социальных и экономических отношений: Homo-socius или Homo-economicus?

3. Взаимодействие высшей школы и государства, высшей школы и рынка труда, высшей школы как работодателя, высшей школы как товаропроизводителя. Каковы ценности каждой из парных систем? Как они взаимосвязаны? Что является объединяющим, а что противодействующим в их отношениях? Как эти противоречия сказываются на институционализации личности: «человек культурный» или человек как транзакционная (социальная) издержка?

4. Способность и возможность высшей школы выжить в сложившихся российских кризисных условиях. Каковы ее адаптивные силы? Какова ее мощь (особенно научная и профессионально-педагогическая)? В состоянии ли высшая школа активно влиять на рынок (все типы рынков)? Что становится приоритетным в формировании личности — «человек социальный» или «человек экономический»?

5. Развитие и изменение характера социальной напряженности в современном обществе создает предпосылку к поиску путей разрешения социального конфликта людей с разным типом культур, религий, идеологий. В условиях быстро меняющейся внешней среды именно эти социальные составляющие личности оказываются наиболее инертными, а следовательно, на них сложно влиять теми средствами, которые на протяжении предшествующего социального времени были достаточно эффективны. Каково содержание и характер этих

свойств? Где они могут себя наиболее активно проявить на уровне общества, организации, личностного пространства? Какие структурные элементы общества, общественной жизни в большей степени подвержены их влиянию? Каковы положительные и отрицательные последствия этого явления?

Из постановки общих проблем вытекает необходимость решения наиболее частных, локальных задач, которые позволяют понять социальные процессы формирования новой модели личности.

В условиях перехода к новым общественно-экономическим отношениям (как следствия глобальных кризисных процессов) существенно меняются цели и задачи общества. Исходя из важности роли формального образования в этом процессе, имеет значение понимание того, как, например, высшая школа может выполнять заданные стандартные условия по созданию новой модели личности студента. Как и для любой организации, для высшей школы основной целью становится выживание в условиях постоянно меняющейся среды, а следовательно, в условиях постоянного риска. Отсюда в планировании и организации деятельности высшей школы возникают новые проблемы: из чего исходить? Вуз — «кузница человеческого капитала» или «*alma mater*» (в буквальном смысле «кормящая, благодетельная мать, дающая духовную пищу») [3]?

Эмпирические социологические исследования позволяют выявить социальные изменения в структуре личности, которые являются результатом институциональных преобразований в обществе.

Основными компонентами структуры личности являются: потребности, ценности, мотивы, социальное поведение. В основе ценностных ориентаций личности лежит та структура потребностей, которая была сформирована у человека в условиях его первичной социализации. Чаще всего сегодня эту структуру увязывают с потребностями, о которых пишет в разработанной им теории американский психолог А. Маслоу [2]. На ее основе принимаются политические решения в сфере управления государством, в реализации управленческих задач в организациях, в рекламной деятельности и т. д. Механическое применение «структуры потребностей Маслоу» приводит к неэффективности управленческих решений и, как следствие, к повышению социальной напряженности в обществе, организации и жизни личности.

С точки зрения А. Маслоу, структура потребностей является прямолинейной системой, где все связи определены жестко, последовательно и зависят от степени реализации предшествующих потребностей. Данная теория грешит тем, что в ней не учитываются роль и место социальных условий формирования личности: социально-экономический тип общества, территориально-географические характеристики поселения, тип социальной группы, к которой принадлежит личность, и т. д.

Сравнительный анализ системы потребностей студентов в 1996 и 2008 гг. показывает, что система потребностей личности меняется в зависимости от условий общественного развития, уровня социализации студентов, социально-демографических особенностей человека.

Так, наряду с постоянным возрастанием первичных потребностей, высшая потребность (в самореализации личности) не только сохраняет свои позиции, но

и становится важной для большего, чем раньше, числа студентов. Данная структура характеризует систему потребностей, свойственную в целом молодежи.

Для нее в современном обществе, основанном на экономических ценностях как результате рыночной идеологии, материальные ценности приобретают социально-статусный характер, поэтому они важны и значимы и для студентов. В то же время молодежь — это социальная группа, для которой общение является формой самореализации через сопоставление себя с «себе подобными» (см. таблицу).

**Структура социальных потребностей студентов в зависимости
от времени исследования и пола (% от числа опрошенных студентов)**

Потребности	Всего по массивам		Юноши		Девушки	
	1996	2008	1996	2008	1996	2008
Первичные потребности (еда, одежда, отдых)	38,3	47,5	43,6	49,3	31,8	50,6
Безопасность, защищенность	25,5	36,8	32,7	31,7	16,5	46,0
Принадлежность, причастность	52,6	57,4	50,9	56,5	55,3	61,5
Признание, престиж, уважение	26,0	39,4	31,8	37,4	18,8	44,5
Самореализация личности	53,1	66,4	47,3	70,5	51,2	67,2

Примечание. В исследовании приняли участие студенты Пермского национального исследовательского политехнического университета и Пермского гуманитарно-технологического института; в 1996 г. опрошено 603 чел., в 2008 г. — 609 чел.

С другой стороны, в студенческом возрасте сохраняется сочетание осознания групповой принадлежности с потребностью собственной индивидуализации как самостоятельного субъекта социальной жизни. Важной характеристикой системы потребностей наших студентов является именно самореализация личности. Такая высокая оценка этой потребности связана, во-первых, со сформированной в российском обществе в советский период установкой на «всестороннее развитие личности» как общественной ценности. Во-вторых, в условиях общества, основанного на конкурентных отношениях, личностные качества приобретают свойства «визитной карточки» на рынке труда и отражают социальные качества рабочей силы. Поэтому сочетание этих двух начал повышает значимость данной потребности.

В целом структура потребностей за исследуемый период осталась прежней, получив при этом новое наполнение. В то же время она не соответствует структуре формирования потребностей по модели, выделенной А. Маслоу (см. рисунок).

За данный период вся система потребностей наполнилась новым содержанием, о чем свидетельствует увеличение количества студентов, у которых возросли потребности в признании и безопасности. Это связано с объективной ситуацией на рынке труда, где продолжается дискриминация молодежи, в особенности девушек. Основным критерием этой дискриминации остается отсутствие опыта

Структура потребностей по Маслоу:

- 5 — самореализация «я»
- 4 — признание, престиж
- 3 — принадлежность, причастность
- 2 — безопасность, защищенность
- 1 — первичные потребности

*Структура потребностей
российских студентов:*

- 1 — самореализация личности
- 2 — принадлежность, причастность
- 3 — первичные потребности
- 4 — признание, престиж
- 5 — безопасность, защищенность

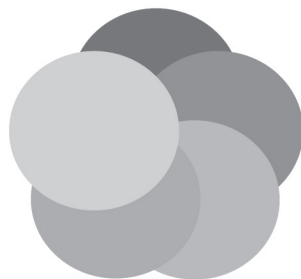
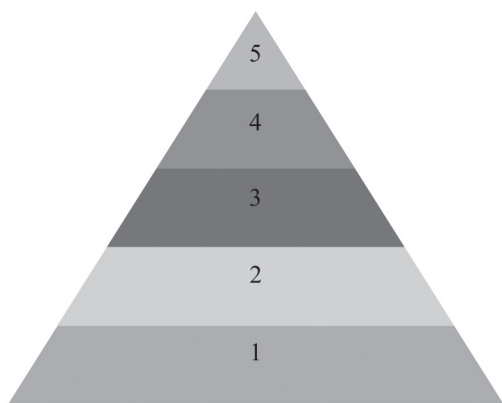


Схема структуры потребностей по А. Маслоу
и структура потребностей российских студентов

у студенческой молодежи, а, как показывают исследования, студенты — это бывшие школьники, половина из которых — девушки. Желание студентов в признании и уважении к себе как личности образованной, культурной, имеющей высокую профессиональную подготовку, сталкивается с противостоянием работодателей и «слабой политической волей» законодательной и исполнительной власти, что не может не способствовать повышению социальной напряженности в этой социальной группе. Как следствие, повышается потребность в безопасности и уважении личности.

Одним из факторов, определяющих характер потребностей, выступают гендерные характеристики личности. Структура потребностей юношей и девушек однотипна по форме. Однако по своему содержанию потребности отличны друг от друга.

Современное общество представляет собой новое по своим социальным, экономическим и политическим характеристикам культурное образование. Меняющийся общественно-экономический строй предопределяет новое качество культуры самого общества, а также, как следствие этих преобразований, новое качество культуры его членов. В основе этой культуры лежит система социальных ценностей общества и личности. Как показал анализ системы жизненных ценностей студентов в период с 1968 по 2012 г., изменения, произошедшие за последние годы, характеризуются закреплением новых социальных ценностей, сформированных в условиях российского капиталистического общества, и возникновением социальных «кустов» — смешанной по содержанию системы ценностей.

Социологический анализ поставленных выше проблем показал, что в условиях меняющейся общественной среды фиксируются сложные структурные изменения в системе жизненных ориентаций студентов. Эти изменения прямо связаны с экономическими, политическими и культурными процессами, происходящими в обществе. Социальные показатели, отражающие систему жизненных ценностей студенческой молодежи, весьма разнообразны. Сформированная на основании динамики ценностных ориентаций личности в период с 1968 по 2004 г. типология сохраняет свою закономерность и в 2012 г.:

I тип — самые чуткие индикаторы, быстро реагирующие на изменяющиеся общественные процессы: отношение к обществу и коллективу, к работе, мораль;

II тип — активно развивающиеся, имеющие стабильный рост индикаторы: материальные интересы, служебная карьера, досуг;

III тип — стабильно падающие индикаторы: ориентация на творчество;

IV тип — индикаторы, инертно реагирующие на внешнюю среду: семья, друзья.

Изменения в структуре жизненных ценностей молодежи позволяют зафиксировать следующие особенности, которые произошли с начала 1990-х гг., т. е. в период формационных изменений российского общества:

— стабилизация развития таких ценностей, как семья, друзья, материальное благополучие;

— кризис в системе таких ценностей, как удовлетворенность работой, ориентация на творчество, мораль, ставший следствием кризисных явлений в самом обществе;

— позитивный сдвиг в развитии таких ценностей, как отношение к обществу, коллективу, служебная карьера, досуг.

Студенчество как одна из социальных групп, которая отличается от других тем, что это будущая наиболее образованная, профессионально подготовленная часть населения, должно стать авангардом в техническом, научном, общекультурном развитии нашей страны. Активность этой группы зависит от характера социальных потребностей, мотивов, жизненных ценностей, ее культуры, морали, возникших установок на профессиональную и социальную карьеру. На формирование личности студента как гражданина и как человека оказывают влияние социальные, экономические и культурные особенности общества.

Таким образом, эмпирические исследования позволили определить структурные изменения личности молодого человека в процессе его социализации. При этом данные изменения отразили новые институциональные условия современной России.

1. Коржова Е. Ю. Психология личности: типология теоретических моделей. СПб., 2004.

2. Маслоу А. Мотивация и личность. : пер. с англ. 3-е изд. СПб., 2009.

3. Современная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/4562>.

4. Стегний В. Н., Курбатова Л. Н. Социальный портрет студенчества в условиях трансформации российского общества : моногр. Пермь, 2009.

5. Tsiolkovskiy K. E. Kosmicheskaya filosofiya. M., 2001.

УДК 37.035 + 316.61 + 316.648:316.35

Д. А. Гриднев

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ВОЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ПЕРИОД РЕФОРМЫ

Анализируется состояние военного образования в современной России. Выявляется ряд проблем, которые негативно влияют на эффективность функционирования исследуемой системы и, как следствие, на комплектование качественными офицерскими кадрами Вооруженных сил РФ.

Ключевые слова: система военного образования, реформа, социологическое исследование, эффективность функционирования.

Актуальность исследования проблем функционирования системы военного образования обусловлена тем, что многочисленные реформы в этой сфере не дают ожидаемого положительного эффекта. Система военного образования находится на стадии непрерывной реорганизации вот уже более 20 лет. Для решения проблем в данной сфере образования и выведения ее на качественно новый уровень были разработаны ряд федеральных программ, эффективность и результативность которых крайне низка.

Целый комплекс противоречий в этой области деятельности требует скорейшего разрешения. Прежде всего, это несоответствие между объективными потребностями в кадровом потенциале и материальными, материально-техническими, социально-экономическими условиями и средствами его воспроизводства. Не менее актуальным представляется выработка на основе диагностики и анализа представления об управлении высшим военным образованием в условиях реформы. Важной гносеологической проблемой является понимание смыслов, которые придают взаимодействию субъекты — участники реформы высшего военного образования (преподаватели военных вузов, курсанты, руководители вузов, представители органов государственной власти), так как от этих смыслов зависят и результаты их деятельности. Иными словами, речь идет об интерпретации событий и фактов так, как они инициировались или осознавались субъектами взаимодействия процесса управления.

Понятие «образование» имеет несколько смыслов. Его можно трактовать и как функцию, и как процесс, и как совокупность знаний, приобретенных индивидом, и как социальный институт, и как многоуровневую систему [17, 993].

В рамках нашего исследования высшее военное образование будет рассматриваться с позиций концепции персонифицированных социальных систем как «систем с управлением» и социокультурной обусловленности системной организации управления А. В. Тихонова. Автор предлагает совместить системный подход с принципами организации человеческой деятельности, к которой и относится управление. Он уходит от традиционного представления об обществе как социальной системе только со своими структурами и функциями и

рассматривает его с позиций деятельности. «Если раньше упор делался на социальные структуры, то теперь обращается внимание на деятельностьную сторону социального актора, на его действие, на событие» [21, 365].

Военное образование, наряду с гражданским, является одним из видов профессионального образования. Это полностью государственное образование, так как осуществляется только в государственных учебных заведениях [2, 24], оно позволяет приобрести систематизированные военно-профессиональные знания, умения и навыки, необходимые военнослужащим для выполнения своих обязанностей [16, 23].

Система военного образования в современной России включает в себя: довузовскую военную подготовку; подготовку офицеров Вооруженных сил РФ, в которую входит среднее военное специальное и высшее военное образование; дополнительное образование; послевузовское образование.

В данном исследовании осуществляется анализ военного профессионального образования высшего уровня. С организационной точки зрения, система высшего военного образования состоит из специфических государственных организаций: военных образовательных учреждений высшего уровня и факультетов военного обучения (учебных военных центров) при гражданских вузах.

Высшее военное образование необходимо рассматривать как социальную систему, которая является неотъемлемым элементом общества, а потому испытывает на себе все влияния и изменения, с которыми сталкивается само общество. Гражданское общество, выступающее носителем преобладающих ценностей, особенностей культуры, менталитета, национальных традиций и т. д., также оказывает влияние на систему военного образования, определяя ее социальную значимость и престиж.

Функции системы образования раскрывают содержательную сторону ее деятельности и характер основных потребностей, которые обеспечиваются данной системой. Военное образование, являющееся частью профессионального образования, имеет целевое назначение обеспечить подготовку и включение обучаемых в военно-профессиональную сферу деятельности, а также специфические функции.

К функциям системы военного образования можно отнести:

- обеспечение Вооруженных сил РФ офицерскими кадрами;
- подготовку и переподготовку квалифицированных специалистов для Вооруженных сил РФ;
- организацию и проведение фундаментальных и прикладных исследований, направленных на обеспечение обороноспособности страны; и т. д.

Функциями государства в отношении системы военного образования являются:

- формирование и реализация единой государственной политики в области военного образования;
- создание и совершенствование системы военного образования;
- управление деятельностью системы военного образования;
- всестороннее обеспечение и качественное совершенствование военного образования;

— координация действий в соответствии с федеральными законами федеральных органов власти по вопросам подготовки военных кадров для всех силовых ведомств РФ; и т. д.

Р. Мертон впервые понятию «функция» противопоставил понятие «дисфункция». «Функции — это наблюдаемые последствия, способствующие адаптации или приспособлению к данной системе; а дисфункции — те, которые уменьшают адаптацию или регулировку системы» [7, 146].

Особый интерес для нас представляет управленческая школа А. Пригожина, изучающая патологии в управлении. Исследователь определяет патологию через дисфункцию. Организационная дисфункция означает *целенедостижение*, когда в функционировании организации обнаруживаются устойчивые сбои по каким-то очень важным причинам [16, 17–23].

Итак, под термином «дисфункция» понимается отклонение от нормального функционирования системы. Дисфункции государственного управления вызваны деформацией норм. Они могут проявляться в недостатке профессиональных кадров, нехватке средств. С содержательной точки зрения, дисфункции проявляются в неясности целей, несоблюдении принципов деятельности организации, неточном определении компетенций органов управления, круга обязанностей должностных лиц. Это понятие очень важно с точки зрения дальнейшего анализа эффективности государственного управления системой высшего военного образования.

Целью высшего военного образования является подготовка высокообразованных офицеров, обладающих широким военным и общенаучным кругозором и профессиональной компетентностью, и удовлетворенность их индивидуально-личностных потребностей в образовательной деятельности.

В соответствии с избранным подходом дадим определение основному понятию нашей темы. Управление системой высшего военного образования — это сознательно конструируемый и направляемый социокультурный механизм регуляции отношений между преподавателями, сотрудниками, руководителями военных вузов и органами государственного управления, осуществляемый в целях повышения управляемости системы высшего военного образования.

Необходимо отметить некоторые особенности управления системой высшего военного образования в отличие от управления другими социальными системами, например гражданской системой образования. Для рассматриваемой системы, как и для всех военных организаций, характерны ярко выраженная субординационная модель отношений, контролируемая расстановка управленческих кадров: синкретизм управления власти и собственности, значительный масштаб системы, бюрократизированная, иерархизированная система управления, линейная, механическая структура управления, консерватизм, закрытость, сопротивление нововведениям, результат труда может проявиться не сразу и его трудно измерить традиционными способами. Жесткая иерархия, линейное воздействие являются основой организации и управления и в силовых, и в административных структурах. В этом их сила и слабость одновременно.

На *высшем уровне* иерархии располагается управляющий (доминирующий) субъект, который представлен высшими органами государственного

управления РФ. Руководители высшего звена, действующие на институциональном уровне, заняты формулировкой цели и разработкой стратегических решений, планов адаптации социальной системы к различным изменениям при взаимодействии с внешней средой и внутренним изменениям. К руководителям высшего звена в управлении системой высшего военного образования относятся: главнокомандующий Вооруженных сил РФ (Президент РФ), министр обороны РФ, руководители центрального аппарата Министерства обороны, отвечающие за деятельность военного образования (см. рисунок).

I

Министерство обороны РФ	
Главное управление кадров	
5-е управление: военные вузы	1-е управление (до 2007 г. — 4-е управление): военные кафедры и учебные военные центры при гражданских вузах

II

Вид войск		
Военно-морской флот	Сухопутные войска	Военно-воздушные силы
Отделения или отделы (направления) военного образования по видам войск		

III

Род войск		
Ракетные войска стратегического назначения	Космические войска	Воздушно-десантные войска
Отделения или отделы военного образования по родам войск		

IV

Округ (флот)	
Отделы военного образования	

V

Высшие военные учебные заведения	Факультеты военного обучения и учебные военные центры при гражданских вузах
----------------------------------	---

Уровни управления системой высшего военного образования в современной России

Высшим управленческим органом Министерства обороны, осуществляющим управление системой высшего военного образования, является Главное управление кадров (ГУК). В его состав входит 5-е управление, осуществляющее руководство деятельностью военных вузов, и 1-е (до 2007 г. — 4-е), курирующее деятельность военных кафедр и учебных военных центров, созданных при федеральных гражданских вузах. Кроме того, в Министерстве образования и науки РФ управление дополнительным военным образованием в гражданских вузах возложено на отдел мобилизационной, военной подготовки и гражданской обороны.

До недавнего времени министром обороны являлось гражданское лицо. А. Э. Сердюков имел специальность экономиста, юриста. С 1984 по 1985 г. проходил службу в рядах Вооруженных сил, но в каком звании и на какой должности — пиар-службы умалчивают. Очевидно, что основной задачей бывшего министра была оптимизация расходов, выделяемых на военное ведомство, и наведение порядка в сфере военных финансов. Вслед за назначением гражданского министра последовала кадровая замена высших должностных лиц Министерства обороны. В период управления Сердюкова из 7 заместителей министра обороны только 2 состояли на действительной военной службе и еще один проходил военную службу, остальные никогда не имели к министерству никакого отношения. Глава службы экономики и финансов, заместитель министра обороны по военно-технической политике, статс-секретарь также были гражданскими специалистами.

То есть в центральном аппарате произошла замена кадровых военнотружущих на гражданских специалистов. Это послужило одной из причин непринятия кадровыми военными проводимой новым министром обороны военно-кадровой политики. И, как показали последние события, порядок наведен не был, но была создана порочная система по уводу материальных средств через посреднические организации, и она достаточно эффективно функционировала.

В связи с этим нельзя не согласиться со словами А. В. Тихонова: «Если воспользоваться идеями социальной синергетики, то в ядре происходит не борьба идеалов, а борьба культурных образцов. Победивший образец диктует и критерии принятия решений, т. е. критерии отбора образцов поведения в решении проблем. Но победитель не всегда прав, его решения не всегда могут быть адекватными функциональным перспективам. В этом одна из причин потери чувствительности системы управления, ее уязвимости в преддверии надвигающегося кризиса» [21, 345].

Таким образом, в результате смены состава социального ядра данной системы уменьшилась доля профессионалов-военных (знающих военное дело) и увеличилась доля профессионалов-управленцев, прошедших жесткую школу бизнеса в России. Ценностные ориентации новых специалистов военного ведомства связаны с материальной стороной процесса управления, с экономией средств, а точнее — их перенаправлением и подчас использованием в корыстных целях.

К управленческому уровню (административному) относятся руководители *среднего звена*, занимающиеся координацией и управлением внутри организации. На этом уровне любое направление деятельности подвергается анализу и раскладывается на различные организационно-управленческие компоненты, такие как планирование, организация, контроль и т. д. В системе военного образования к среднему управленческому звену мы относим: начальников направлений военного образования по видам войск (ВМФ, ВВС, сухопутные войска), начальников отделов (отделений) родов войск (бронетанковые; разведывательные; радиационной, химической и бактериологической защиты и т. д.), начальников отделов образования военных округов (флотов).

В результате реформ образования министром обороны А. Э. Сердюковым в 2010 г. оставшиеся военные вузы были выведены из подчинения родов и

видов войск и переданы в Департамент образования Минобороны, возглавляемый Е. Приезжевой. Из-за некомпетентности в военно-образовательной деятельности данного департамента учебный процесс в этих вузах по ряду параметров перестал соответствовать потребностям армии. То есть среднее управленческое звено в настоящее время выключено из процесса управления.

Руководители *низового (технического) уровня* в основном занимаются ежедневными операциями и действиями, необходимыми для обеспечения эффективности работы того или иного подразделения. К ним относятся начальники военных вузов, начальники факультетов военного обучения, а также начальники учебных военных центров, созданных при высших гражданских учебных заведениях. В определенной степени в управлении здесь задействованы также начальники циклов и кафедр.

На низшем уровне в данной системе находятся преподаватели и гражданские сотрудники, а также обучаемые вузов. «В военно-учебном заведении образовательный процесс осуществляется в строго иерархической, жесткой системе управления, принципы функционирования которой обусловлены нормативными документами: уставами, наставлениями, приказами, директивами; он регламентирован рамками строгого выполнения распорядка дня, частью которого является обязательная самоподготовка курсантов; управление и организация образовательного процесса осуществляются совместно военными педагогами и командирами и гражданскими преподавателями. При этом в большинстве случаев командиры и преподаватели не имеют специального педагогического образования, а приобретают его в процессе обучения курсантов, гражданские же преподаватели обычно не имеют специального военного образования. Эти особенности непосредственно влияют на качество управления социальными процессами, на процесс саморазвития как самой образовательной системы, так и всех ее элементов, звеньев» [20].

Само же управление системой высшего военного образования осуществляется в определенной нормативно-правовой среде, в нашем случае это государственная политика в области обороны. Ее принципы и направления, как и задачи и функции системы военного образования, определяются Военной доктриной РФ [12], Концепцией национальной безопасности страны [5] и другими документами и подзаконными актами. Меняющаяся внешняя и внутренняя среда существования нашего государства требует постоянных изменений и корректировок государственной политики в сфере обороны и, как следствие, в сфере военного образования.

Военное образование является составной частью как российской системы образования, так и Вооруженных сил РФ. Реформирование армии тем или иным образом сказывается и на военном образовании.

Созданные на базе Вооруженных сил СССР в 1992 г. российские Вооруженные силы находятся в стадии непрерывных преобразований и в реальности представляют собой уменьшенную копию советской системы, с ее проблемами и недостатками.

Под реформой в социологических источниках понимается: 1. Преобразование, изменение, переустройство какой-либо стороны общественной жизни (порядков,

институтов, учреждений), не уничтожающее основ существующей социальной структуры. 2. Любое нововведение [17, 447]. Реформа соответствует эволюционному характеру изменений. «Эволюционное изменение социального порядка представляет собой процесс реформирования социальных институтов путем разработки и внедрения нововведений. При этом устраниются отжившие социальные формы и утверждаются новые, более соответствующие изменившимся обстоятельствам» [21, 356]. Вместе с тем реформы осуществимы только при заинтересованном участии тех, кто их реализует. Устойчивое развитие экономики и общества, формирование сильного и эффективного государства возможны лишь на основе широкой поддержки населением целей и действий власти, социальной консолидации. Добиться же такой консолидации и массовой поддержки управленческих усилий можно лишь при условии, что реальным приоритетом развития государства и экономики станет обеспечение благополучия, безопасности и достойной жизни граждан [14]. Роль армии в этом процессе должна быть ключевой, хотя наличие в России сильной современной армии не будет являться самоцелью.

Значительные изменения, происходящие в обществе и государстве, негативно сказались на функционировании как самой армии в целом, так и системы военного образования в частности. Кроме того, функционирование военного образования значительное время происходило в условиях хронического недофинансирования, что также негативно сказалось на качественных и количественных показателях подготовки военных кадров.

Для решения проблем военного образования и выведения его на качественно новый уровень потребовались разработка и принятие ряда специальных федеральных программ. Нами проанализированы основные программы, такие как «Реформирование системы военного образования в Российской Федерации на период до 2010 года» [11], «Концепция военно-кадровой политики в Вооруженных силах Российской Федерации на период до 2016 года» [1], «Стратегия социального развития Вооруженных сил РФ на период до 2020 года» [19].

Анализ концептуальных документов выявил их противоречивость и нестыковки по многим вопросам, кроме того, принимались они в обратной последовательности: первоочередным документом должна была стать Концепция национальной безопасности, далее — Концепция военно-кадровой политики, затем Стратегия социального развития, а на основе этих документов должна была быть разработана Программа реформирования системы военного образования.

В ходе анализа документов стало ясно, что данная реформа предполагает лишь частичную модернизацию давно существующей системы. В связи с этим реализуемая реформа неадекватна современным условиям. Управление развитием в современных условиях связывают со стратегическим управлением, которое нуждается в аналитическом обеспечении стратегических решений.

Во всех изученных нами документах, связанных с управлением системой военного образования, заявляется об увеличении эффективности функционирования при ограничении выделяемых ресурсов, т. е. система военного образования подталкивается к инновационным, ранее неизвестным технологиям управления. Однако государство пытается решить накопившиеся проблемы системы

военного образования старыми методами, такими как реформирование, главный результат которого заключался в сокращении военных заведений и сокращение численности ППС.

Другая важная проблема заключается в том, что в официальных документах, отражающих суть реформы системы военного образования, не нашла воплощение гуманистическая составляющая управления: не учитывались интересы личности, не разрабатывались технологии, направленные на формирование позитивного отношения к реформе, на увеличение числа людей, поддерживающих реформу. Не предполагалась обратная связь по проблемам реализации реформы. Как следствие — низкая эффективность проводимой реформы, а подчас и сопротивление в низах. Поэтому существует необходимость в большей гуманизации управления системой военного образования. Современное управление военной образовательной системой может быть эффективным только в том случае, если оно будет основано на взаимодействии субъектов образовательной системы и ориентировано на человека. Это является важным социокультурным фактором управленческого процесса.

Для достижения намеченных целей реформы военного образования должна измениться и система управления. Совершенствование управления системой военного образования закономерно вытекает из необходимости приведения всех систем и подсистем военного образования в соответствие с требованиями восстановления утраченных социально-экономических позиций и обеспечения обороноспособности государства.

Как мы и предполагали, дальнейшее реформирование армии (формирование нового облика Вооруженных сил РФ) потребовало трансформации сети военно-учебных заведений, в результате осталось 10 системообразующих вузов, 3 военных учебных центра с филиалами, 6 военных академий и военный университет. Напомним, что до реформы система насчитывала порядка 57 военно-образовательных учреждений. Налицо безжалостное сокращение военных вузов, мотивируемое только соображениями экономии, так как научно обоснованных данных о потребности армии в военных вузах так и не предъявлено научной общественности.

Кроме того, на функционирование системы военного образования (как и любой социальной системы) значительное влияние оказывают социальные факторы. К социальным факторам (детерминантам деятельности), влияющим на объект управления в ходе реформирования системы военного образования, относят цели, ценности, ценностные ориентации, знания людей, их потребности и интересы, которые непосредственно задают характеристики предпринимаемым субъектами действиям.

С целью анализа социальных факторов реформирования высшего военного образования нами был проведен повторный социологический опрос преподавателей и заведующих кафедрами военных вузов и учебных военных центров при гражданских вузах (первый опрос проходил в 2007 г.). Цель опроса — изучение мнений преподавателей вузов, готовящих военные кадры для армии, а также анализ результатов реализации реформы военного образования. Объем выборки составил 385 человек.

Изучив документы и публикации, связанные с ходом реформирования Вооруженных сил РФ в целом и системы высшего военного образования в частности, мы определили качественные изменения нормативно-правовой базы. Также проводился вторичный анализ результатов исследований других авторов, отраженных в публикациях, докладах, выступлениях на всероссийских научных и межведомственных научно-практических конференциях, прямо или косвенно связанных с темой нашего исследования.

Проведенный в 2007 и 2011 гг. сравнительный анализ мнений респондентов по поводу достигнутых результатов реформы не выявил положительной динамики. По мнению 86 % респондентов, существующая нормативно-правовая база, непосредственно регулирующая функционирование системы высшего военного образования, имеет недостатки (в 2007 г. — 71,5 %).

Основным недостатком нормативно-правовой базы респонденты считают ее непроработанность (44 %). Данная тенденция сохраняется и в настоящее время. В частности, образованная в 2008 г. комиссия Общественной палаты РФ по делам ветеранов, военнослужащих и их семей отмечает значительное (до 60 %) количество обращений граждан, связанных с проблемами несовершенства законодательства в области регулирования военной службы (см. таблицу).

Распределение мнений о степени разработанности нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность военного образования в современных условиях (% от числа опрошенных)

Вариант ответа	2007	2011
Да	11,6	11,5
Нет	71,5	86,0
Затрудняюсь ответить	14,4	1,0
Ваш вариант ответа	2,5	1,5
Итого	100	100

Это негативно влияет на военную службу в целом и функционирование системы высшего военного образования в частности. «Законодательная база разбалансирована и не соответствует политическим решениям... Необходимо поднять вопрос о кодификации и систематизации всего, что сегодня имеется в стране по вопросам обороны и безопасности» [4, 16–18].

Экономические условия эффективного функционирования системы военного образования улучшились: поступление средств в оставшиеся после сокращения вузы увеличилось по сравнению с периодом до 2003 г., однако эффективность их использования по-прежнему оценивается респондентами как низкая (72 %). Для сравнения: на недостаточное финансирование гражданской системы образования указало всего 19,6 % респондентов [6, 21]. Дело в том, что гражданские вузы имеют возможности зарабатывать деньги за счет внебюджетных студентов.

На первом этапе реформирования военного образования предусматривалось проведение комплексной (межотраслевой) оптимизации сети военно-учебных заведений и устранение на данной основе избыточного количества малочисленных военно-учебных заведений. 34 % опрошенных считают, что среди заинтересованных лиц нет согласия в этом вопросе, и перспективы этого процесса весьма туманны. Тем самым косвенно высказано предположение о противоречиях, борьбе интересов и слабости управления в Министерстве обороны. Однако на сегодняшний день развитие системы высшего военного образования достаточно определенно связывается с комплексной оптимизацией сети военно-образовательных учреждений.

Сложнее дело обстоит с межведомственной оптимизацией военных вузов: 50 % респондентов затруднились высказать свой прогноз развития событий, 31 % предположили, что по причине использования различных рычагов, лобби в государственном аппарате различных силовых ведомств Министерству обороны не удастся собрать под свое крыло все военные вузы.

Система высшего военного образования достаточно инертна, это является залогом ее стабильности. Но в быстро меняющейся обстановке, в первую очередь связанной с научно-техническим прогрессом, необходимо оперативное реагирование военного образования на технические и научные новшества. Однако большинство респондентов (66 %) не считают, что система военного образования достаточно оперативно реагирует на научно-технические инновации. Среди преподавателей обычных вузов о несвоевременности предоставляемых образовательных услуг высказываются только 5,9 % респондентов [6, 21].

В российской армии, начиная с 2003 г., реализуется федеральная целевая программа «Переход к комплектованию военнослужащими, проходящими военную службу по контракту, ряда соединений и воинских частей», т. е. речь идет о контрактной армии, а это предполагает другой принцип управления и взаимоотношения офицеров с подчиненными. На программе обучения и воспитания офицерских кадров новый способ комплектования Вооруженных сил сказался, но незначительно. 31 % респондентов отметили, что сделаны поправки в обучении курсантов в связи с переходом на комплектование армии по контракту, однако 49 % утверждают, что таких поправок сделано не было. Остальные респонденты затруднились с ответом.

Система высшего военного образования могла бы решить часть своих проблем, если бы находила альтернативные источники финансирования. Определенные сдвиги в этом направлении происходят. 30 % опрошенных ответили, что их вуз оказывает платные образовательные услуги населению. Но в сравнении с государственными ассигнованиями доля внебюджетных поступлений незначительна, и они не могут покрывать затраты на техническое перевооружение вузов, приобретение пособий и прочего, но данный источник поступления материальных ресурсов необходимо использовать для решения проблем, связанных с мотивацией преподавательской деятельности и стимулированием научно-методической работы. Возможность самостоятельных заработков военных вузов необходимо оформить в виде нормативно-правового акта, где указать, какими именно видами внебюджетной деятельности может заниматься

военный вуз, чтобы эта деятельность не противоречила вопросам национальной безопасности.

Одно из направлений реформы было связано с оптимизацией сети военно-учебных заведений, суть которой сводится к укрупнению военных вузов. В конечном итоге система высшего военного образования будет включать 3 военно-учебных центра по видам войск, 11 академий и 2 военных университета [10]. Сокращение (укрупнение) военных вузов, по мнению наших респондентов, вызвано реальной необходимостью и экономической целесообразностью (55 %). Остальные считают, что это мера временная, связанная с определенным мнением в руководстве Министерства обороны. Мы полагаем, что при сокращении военных вузов учитывался не их реальный вклад в подготовку качественных кадров, а наличие у того или иного военного вуза лоббистов в Министерстве обороны. Вместе с тем определенное недоверие со стороны профессорско-преподавательского состава к сокращению вузов высказывалось перед реформой. Непринятие реформаторских действий теми, на кого они направлены, может негативно сказаться на социальной эффективности реформы.

В ходе реформирования системы высшего военного образования сделан акцент на привлечение сил, средств и опыта гражданских вузов, осуществляющих подготовку по наиболее наукоемким специальностям. Однако 63 % респондентов высказались о нецелесообразности подготовки военных кадров в учебных военных центрах при гражданских вузах. Основное достоинство перехода системы военного образования на подготовку специалистов при гражданских вузах, по мнению военных, заключается в том, что подготовка специалиста в гражданском вузе обходится дешевле. Прямые затраты на одного курсанта военного вуза составляют в среднем более 300 тыс. руб. в год. Затраты же на подготовку офицера в гражданском вузе ориентировочно составят 48–50 тыс. руб. в год [13]. Мнение о том, что целью создания учебных военных центров является экономия средств, разделяет большинство наших респондентов (56 %). Действительно, подготовка в профильных военных вузах военных специалистов обходится дорого. Поэтому с целью экономии средств часть военно-кадрового заказа была перенесена на гражданскую систему образования. Между тем больше половины респондентов считают такую форму подготовки неэффективной: 53 % респондентов отметили, что выпускники учебных центров при гражданских вузах не способны в полном объеме выполнять свои служебные обязанности на первичных офицерских должностях, и только 10 % уверены в способности выпускников выполнять обязанности на достойном уровне (по определенным специальностям, таким как инженерные, экономические, юридические). Остальные респонденты затруднились с ответом.

Оптимизация коснулась и военных кафедр при гражданских вузах. Согласно распоряжению правительства РФ № 275-р «Об учебных военных центрах, факультетах военного обучения и военных кафедрах при федеральных государственных образовательных учреждениях высшего профессионального образования», учебные военные центры (УВЦ) были созданы при 37 гражданских вузах. По словам бывшего начальника Департамента образования Минобороны Е. Приезжевой, с 2011 г. «таким способом в гражданских вузах страны по

гуманитарным, инженерным и техническим профилям будут готовиться около 40 % всех офицеров для Вооруженных сил» [9].

Данная система подготовки вызвала неоднозначную оценку у экспертов: «Идея подготовки военных специалистов в гражданских вузах не нова, — утверждает преподаватель кафедры социологии Военного университета полковник Владимир Попов. — Это было еще во времена СССР. А сейчас эта идея реализуется в русле американизации всего процесса образования, в том числе и в военной сфере. Сейчас решено ускорить этот процесс. При этом многие традиционные преимущества русской и советской военной школы отбрасываются. Военные кафедры в гражданских вузах распогонили, и процесс военного образования сегодня идет вразрез с процессом воинского воспитания. Военного специалиста на гражданке можно подготовить. Но будет ли этот специалист настоящим офицером?» [Там же].

Существует еще один значительный пробел в законодательстве. Введенный в 1993 г. порядок прохождения военной службы по контракту законодательно предоставил офицерам возможность увольнения с военной службы через 5 лет после окончания военно-учебного заведения. Минимальный срок в 5 лет обязательной службы в офицерской должности не компенсирует затраты на подготовку в системе высшего военного образования.

Кроме того, происходит дальнейшее снижение уровня военно-профессиональной подготовки выпускников военно-учебных заведений, особенно в части практических навыков и умений. Образовательные программы военно-учебных заведений обязывают обучающихся получить как военные, так и гражданские специальности. Совмещение двух программ обучения, в свою очередь, влечет за собой уменьшение количества часов на гражданскую составляющую, так как основное предназначение выпускников военных вузов — это служба на военных должностях. В результате гражданская специальность осваивается не в полном объеме, а формально выпускнику выдается диплом с указанием двух специальностей. Решение о расширении программ было принято чисто бюрократическим путем, т. е. Министерство обороны добилось от Министерства образования и науки признания общероссийского стандарта [3, 299]. Но до 40 % выпускников военных вузов по-прежнему выпускаются без гражданской специальности [22].

Исследования системы высшего военного образования выявляют серьезные проблемы, связанные с качеством подготовки специалистов для современных потребностей армии, и тем более для удовлетворения потребностей армии в будущем [20]. Сама система военного образования не справляется с возложенными на нее обязанностями по подготовке офицерских кадров. Техническое оснащение военных вузов оставляет желать лучшего, слабо используются в образовательном процессе современные информационные технологии.

По мнению респондентов, меры, направленные на закрепление в военных вузах высокопрофессиональных кадров, явно недостаточны (53 % респондента против 100 % в 2007 г.). Вместе с тем в условиях реальной модернизации армии и резкого роста технической оснащенности Вооруженных сил возникает потребность в высокопрофессиональном персонале. Как следствие, необходимо существенное повышение финансирования кадровой составляющей армии.

Определенные положительные сдвиги происходят: например, значительное повышение с 1 января 2012 г. денежного довольствия военнослужащих.

Исследование выявило озабоченность ППС в связи с недостаточным использованием самобытного российского опыта строительства военного образования (58 %). При реформировании системы военного образования прослеживается неадаптированное заимствование американской системы подготовки военных кадров, а, как показывает практика реформ в современной России, ни одно привнесенное с Запада в чистом виде новшество не находит своего продолжения в наших специфических условиях.

Субъекты управления не создали необходимых предпосылок для максимально эффективной работы в условиях реформы. По-прежнему отсутствует четкая политика строительства Вооруженных сил РФ, не определено место и значение системы военного образования. Отмечается слабая рациональность принимаемых управленческих решений: руководство действует методом проб и ошибок, нововведения зачастую просто заимствуются, не исследуется готовность к ним управляемого субъекта. В самой системе управления наблюдается несогласованность действий. Фактически вместо создания необходимых условий для качественной работы высших военных образовательных учреждений органы управления занимаются сокращением их количества и штатного состава, а также усилением контроля.

Система высшего военного образования функционирует на основе принципов административно-командного управления (усиление контроля, применение жестких санкций, стремление к бюрократизации, строгая иерархия, работники рассматриваются как объект). Регуляция деятельности системы образования со стороны государства осуществляется, как правило, авторитарно, без учета мнения образовательного сообщества. Практически отсутствует обратная связь между управляющей и управляемой подсистемами. Управляемый субъект, как правило, не имеет возможности влиять на принимаемые решения.

Управление системой высшего военного образования на практике приобретает однобокий, «техницистский» характер. При решении социальных проблем игнорируются механизмы социокультурной регуляции, вместо этого органы управления усиливают контроль. Сокращение численности профессорско-преподавательского состава примерно в 7 раз, постоянные изменения структуры и состава военных вузов, манипулирование неопределенностью ситуации создают нервный климат, формируют у преподавателей неуверенность в будущем. Кроме того, значительное повышение денежного довольствия и сокращение офицерских должностей заставляет офицерский состав бороться за место под солнцем. ППС вузов превращается в серую массу (главное — угодить начальнику), данная категория не способна из молодых людей воспитать настоящих защитников отечества.

В отличие от гражданской системы высшего образования, являющейся типичной профессиональной организацией, военная система, так же как и сама армия, представляет собой типичную механическую систему, которая плохо приспособлена к изменениям. Активное насаждение предпринимательской формы

управления в системе военного образования привело к потере ею жизненных сил и способности адаптироваться в условиях изменения внешней среды.

Выскажем предположение, что закрытость советской системы военного образования являлась гарантией ее существования, а выпускники системы соответствовали качественным критериям, предъявляемым заказчиком в лице армии. Попытка превратить систему военного образования в открытую систему чуть не закончилась ее смертью, новому руководству еще много предстоит сделать, чтобы она начала функционировать удовлетворительно.

Кроме того, разрабатываемые в «социальном ядре» управленческие решения могут успешно претворяться в жизнь при поддержке достаточно большого по численности идентификационного слоя. Но состав социального ядра изменился, сменились система ценностей и образ социального поведения. Все это происходило на фоне сокращений самих военных вузов, плохой материально-технической базы оставшихся военных вузов, усиления контроля органов военного управления. В результате сформировался большой по численности отчужденный слой. Но его вывели из системы военного образования путем сокращения и увольнения с военной службы. Произошел так называемый «переворот». В нашем случае осуществляется симбиоз *операционального, стратегического и политического* переворотов:

- снижение затрат путем удаления избыточного количества элементов структуры (ликвидация военных вузов);
- реконструкция путем усовершенствования имеющихся и создания новых элементов структуры без смены направления (интеграция военных вузов);
- перенос части затрат на другие системы (подготовка военных специалистов в гражданской системе образования).

Однако переворот в механической системе имеет скорее косметический, временный эффект, лишь отодвигающий следующую реальную проблему. Настоящий переворот, ведущий к перманентному решению той или иной организационной проблемы, в механической системе неестественен и крайне редок, так как затраты, связанные с переворотом, могут быть очень велики, а результат ничтожен.

Задача нового министра обороны Сергея Шойгу — вывести систему военного образования из кризисного состояния хотя бы на дореформенный уровень. Так, по данным «НГ», «...до 1 февраля 2013 года совместно с центральными органами военного управления должны быть проработаны предложения по изменению структуры и штатов всех военно-учебных заведений» [8]. А с 1 января 2013 г. в Минобороны уже произошло переподчинение высших военно-учебных заведений: они перешли от Департамента военного образования к соответствующим главнокомандующим видами войск, командующим родами войск, начальникам главных (центральных) управлений, в интересах которых осуществляется подготовка кадров.

Поводя итог нашего исследования, можно констатировать, что большая часть задач реформы военного образования в установленные сроки не была выполнена. Те изменения, которые происходили, носят косметический характер. Изменение численности военных вузов и преподавателей не привело к существенно повышению их продуктивности и качества. Система военного образования

пребывает в дисфункциональном состоянии, только теперь еще и в усеченном виде, т. е. воспроизводится старый организационный порядок, но в более примитивном виде, сохраняется существующий тип механизмов регуляции и управления, система слабо подвержена изменениям, трудно поддается реформированию.

По-прежнему управление системой образования со стороны государства осуществляется авторитарно, без учета мнения образовательного сообщества. Практически отсутствует обратная связь между управляющей и управляемой подсистемами. Управляемый субъект не имеет возможности влиять на принимаемые решения. А ведь общеизвестно, что любая реформа, в том числе реформа военного образования, осуществима только при заинтересованном участии тех, кто ее реализует и на кого она направлена. Немаловажным фактором является пересмотр акцентов управления системой военного образования в направлении его большей гуманизации: оно должно основываться на взаимодействии субъектов образовательной системы и ориентироваться на человека.

Кроме того, субъекту управления необходимо создать условия для максимально эффективной работы в условиях реформы. Одним из основополагающих моментов является четкая политика строительства Вооруженных сил РФ, предполагающая определение места и значения системы военного образования. Управленческие решения должны основываться на четких научных данных и опыте строительства этой системы образования.

1. Выступление первого заместителя министра обороны РФ генерал-полковника А. Колмакова в пресс-клубе при Управлении пресс-службы и информации МО РФ 27.06.2008 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mil.ru> (дата обращения: 30.06.2008).

2. *Грибакина Н. А.* Формирование социального института военного образования в России // Социология образования. 2008. № 4. С. 22–33.

3. *Гриднев Д. А.* Система военного образования в современной России // Государственное и муниципальное управление в условиях формирования гражданского общества и рыночной экономики: опыт, проблемы, перспективы : материалы Пятой Всерос. науч.-практ. конф., Челябинск, 26 окт. 2007 г. Челябинск, 2007. С. 298–304.

4. *Каньшин А. Н.* О направлениях взаимодействия Общественной палаты и Совета Федерации по вопросам обороны и безопасности // Вестн. воен. ун-та. 2008. № 2. С. 16–18.

5. Концепция национальной безопасности Российской Федерации : утв. Указом Президента РФ от 12.12.1997 г. № 13000 в ред. Указа Президента РФ от 10.01.2000 г. № 24 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 12.02.2000).

6. *Маркин В. В., Кижеватова В. А.* Модернизация образования: общенациональная и региональная проекции // Социология образования. 2008. № 7. С. 16–23.

7. *Мертон Р.* Социальная теория и социальная структур. М., 2006. 873 с.

8. *Мухин В.* Образовательный порыв Сергея Шойгу [Электронный ресурс] // Независимая газ. URL: http://www.ng.ru/nvo/2012-12-10/100_shoigu.html (дата обращения: 12.10.2012).

9. *Мухин В.* Военно-образовательный аутсорсинг [Электронный ресурс] // Независимая газ. 2011. 10 марта. URL: http://www.ng.ru/nvo/2011-03-10/100_outsourcing.html?insidedoc (дата обращения: 10.03.2011).

10. О реорганизации государственных учреждений среднего и высшего профессионального образования : распоряжение Правительства РФ от 24.12.2008 г. № 1951-р // Собр. законодательства РФ. 2009. № 2. Ст. 272.

11. О федеральной программе «Реформирование системы военного образования в Российской Федерации на период до 2010 года» : постановление Правительства РФ от 27.05.2002 г. № 352-ПП; О внесении изменений в федеральную программу «Реформирование системы военного образования в Российской Федерации на период до 2010 года» от 5.05.2003 г. № 251 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>(дата обращения: 12.06.2003).
12. Об утверждении Военной доктрины Российской Федерации : указ Президента РФ от 21.04.2000 г. № 706 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>(дата обращения: 14.08.2000).
13. Павловский А. С учетом новых требований // Красная звезда. 2008. 2–8 апр. С. 3–4.
14. Пастухов В. Б. Шаг назад, два шага вперед: Русское общество и государство в межкультурном пространстве // Полит. исслед. 2005. № 6. С. 110–125.
15. Пестов В. А. Организационно-правовые основы военного образования. М., 1999.
16. Пригожин А. И. Социология организаций // Общественные науки и современность. 1998. № 3. С. 16–23.
17. Социологический энциклопедический словарь. М., 1998.
18. Социология : энциклопедия / А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. Минск, 2003. 1312 с.
19. Стратегия социального развития Вооруженных сил РФ на период до 2020 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mil.ru/849/11876/41276/index.shtml> (дата обращения: 20.04.2008).
20. Тарская О. Ю. Социокультурная парадигма модернизации государственного управления военным образованием [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Саратов, 2009. С. 31. URL: <http://vak.ed.gov.ru/common/img/uploaded/files/vak/announcements/sociol/2009/01-06/TarskayaOU.doc> (дата обращения: 20.02.2009).
21. Тихонов А. В. Социология управления: теоретические основы. 2-е изд., доп. и перераб. М., 2009. 472 с.
22. Чернышов М. Лейтенант запаса по неволе [Электронный ресурс] // Независимое воен. обозрение. 2001. 4 февр. URL: http://nvo.ng.ru/high/2001-08-31/4_leytenant.html

Статья поступила в редакцию 22.03.2013 г.

ПСИХОЛОГИЯ

УДК 316.477 + 316.4.051.62

Ф. С. Исмаилова
Г. С. Миролюбова

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПРОФЕССИОНАЛОВ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ: КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ

Рассматривается проблема взаимоотношения поколений профессионалов как фактор, влияющий на эффективность организационной деятельности. На основе обзора российских и зарубежных исследований впервые в отечественной науке выявлены и систематизированы факторы влияния, определяющие особенности взаимодействия поколений.

Ключевые слова: поколения профессионалов, преемственность поколений профессионалов, профессиональный «эйджизм», взаимодействие поколений, факторы влияния на взаимоотношения поколений.

Постановка проблемы

Историческая эволюция человечества обеспечивается способностью и возможностью передачи (трансмиссии) от поколения к поколению культурных ценностей на фоне процессов обновления. Несмотря на то, что каждое поколение реализует только ему присущие функции, именно трансмиссия является главным в отношениях поколений. Динамично меняющаяся информационная среда накладывает особый отпечаток на протекание этого процесса: сегодня эффективным является не только и не столько передача опыта от старшего

ИСМАГИЛОВА Файруза Салихджановна — доктор психологических наук, профессор Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: ismagilova.f@gmail.com).

МИРОЛЮБОВА Галина Семеновна — кандидат психологических наук, доцент Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: gmirolyubova@gmail.com).

© Исмаилова Ф. С., Миролюбова Г. С., 2013

к младшему, усвоение и воспроизведение последним полученного знания, но и обратный процесс — обновление опыта старшего поколения за счет способности молодого поколения быстро и продуктивно осваивать достижения научно-технического прогресса. Такое взаимодействие обоюдно выгодно обоим поколениям: молодежь обретает социальную и профессиональную устойчивость, старшее поколение продлевает социальную и профессиональную активность. Этот тип отношений между поколениями профессионалов, предполагающий равноправное, партнерское взаимодействие, при котором происходит не просто обмен профессиональным опытом, но взаимное обогащение индивидуальных стилей деятельности, определяется в науке как субъект-субъектный.

Проблема взаимоотношений между поколениями в профессиональной деятельности в условиях современной российской экономики приобретает особую значимость в связи с наличием ряда противоречий, разрешение которых окажет существенное влияние на рост эффективности профессиональной деятельности. Прежде всего, это противоречие между необходимостью в управлении организационными знаниями, источником которых являются профессиональный опыт работников как зрелого, так и молодого возраста, и отсутствием в современной российской организационной практике механизмов и методов, обеспечивающих продуктивное взаимодействия между профессионалами различных поколений. Существующие кадровые политики скорее порождают нездоровую конкурентность и недоверие между работниками разных поколений, чем обеспечивают возможность конструктивного диалога между ними и эффективного взаимодействия.

Разобщенность профессионалов разных поколений во многом определяется различиями в субъективных ориентациях в профессиональной деятельности, используемых ими для контроля ее эффективности и определяющих основное содержание их профессиональной позиции и индивидуальный стиль деятельности. Правильный выбор наиболее приемлемой стратегии взаимодействия двух профессионально-возрастных групп, определение принципов и механизмов согласования профессионально-деятельностных стратегий поколений являются важным условием сохранения профессионального потенциала и развития конкурентоспособности современных организаций в изменяющемся мире.

Цель теоретического исследования: выявить и систематизировать факторы влияния, обуславливающие особенности взаимодействия разных поколений, представленные в отечественных и зарубежных научных исследованиях.

Определение понятий

На основе анализа дефиниций термина «поколение», представленных в публикациях, в контексте нашего исследования мы определяем понятие *поколение профессионалов как духовно-символическое понятие, объединяющее историко-культурную общность современников, жизнь которых связана с определенными социально-экономическими этапами развития общества (переходная экономика, рыночная экономика и экономика знаний) и пронизана единством организационно-*

профессиональных позиций (патернализм, сотрудничество и конкуренция). С учетом данного определения и принятой в отечественной геронтологии возрастной градации условно можно выделить два поколения профессионалов: *старшее* поколение, реализующее свой социально-профессиональный потенциал в условиях переходной и рыночной экономик и привычно ориентированное на патернализм и сотрудничество в профессиональной сфере (верхняя граница среднего возраста — 50–65 лет); *среднее* поколение, реализующее свой социально-профессиональный потенциал в рыночной экономике и экономике знаний и привычно ориентированное на сотрудничество и конкуренцию (верхняя граница зрелого возраста — 30–40 лет). Длительно существующие профессиональные общности имеют, как правило, устойчивые профессиональные поколения (например: врачи, учителя, военнослужащие, представители профессий промышленности, транспорта, связи и др.). Социологи считают, что наиболее деятельным и цивилизационно активным является среднее поколение профессионалов. Преемственность поколений обеспечивает непрерывность развития человеческого сообщества, а особенности протекания процессов трансмиссии определяют длительность и характер конфликтов поколений. Экстраполируя дефиниции из области социологии в область психологии труда, под *преемственностью поколений профессионалов мы будем понимать взаимодействие встречных потоков информации и деятельности, позволяющих выявлять сходства и различия в инструментальных и терминальных профессиональных ценностях*.

Следует отметить, что социально-экономические изменения в современном мире влияют на то, что часть профессиональных общностей не имеет поколенческих связей или они только формируются. Кроме того, темпы технологического обновления становятся дополнительным источником стратификации поколений, приводят к разрыву поколенческих связей, что стало общей социальной проблемой многих стран мира.

Социальная ориентация на постоянные изменения и развитие определяет повышенное внимание к молодому и среднему поколениям как перспективным и активным в ущерб старшему поколению. В профессиональной среде установка на развитие конкурентоспособности молодых специалистов соседствует с наличием и распространением негативных стереотипов старости, что отрицательно сказывается как на личности пожилого профессионала и результатах его деятельности, так и на системе организационных отношений в целом [14]. Предполагая вероятность обнаружения данного феномена в рамках нашего исследования, мы обозначаем его как «*профессиональный эйджизм*», имея в виду негативное отношение среднего поколения профессионалов к старшему поколению профессионалов, основанное на убеждении первых в неизбежности профессионального старения вторых. Мы полагаем, что профессиональный эйджизм является одним из ключевых факторов субъективного характера, определяющих специфику отношений профессионалов разных возрастных групп в современных российских организациях. Усиление влияния этого фактора обусловливается проводимой в российских организациях кадровой политикой, ориентированной на поддержку молодых в противовес пожилым сотрудникам.

В рамках нашего исследования в дополнительной конкретизации нуждается также понятие «*взаимодействие поколений*». В качестве единицы анализа ситуация взаимодействия двух и более людей чаще всего рассматривается в поле социальной психологии, где под взаимодействием подразумеваются взаимно направленные действия индивидов. В самом широком смысле в социальной психологии взаимодействием считают процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь. Довольно часто взаимодействие выступает как интегрирующий фактор, способствующий образованию новых структур, возникающих вследствие взаимовлияния объектов друг на друга. Особенностью взаимодействия является его причинная обусловленность. Каждая из взаимодействующих сторон выступает как причина другой и как следствие одно-временного обратного влияния противоположной стороны, что обуславливает развитие объектов и создаваемых ими структур.

Изучение проблемы взаимодействия людей сопряжено с широким спектром исследований индивидуальности, личности, ее профессионального и жизненного пути. Общению как взаимодействию субъектов посвящены работы Г. М. Андреевой, А. А. Бодалева, М. С. Кагана, Н. Н. Обозова и др.; стиль межличностного общения исследовали Б. Басс, Т. Лири, Т. Е. Аргентова, А. А. Коротаев, В. Н. Куницына, И. Л. Руденко, Т. С. Тамбовцева и др.; в аспекте взаимодействия стили руководства и лидерства изучались К. Левиным, Р. Блейком и С. Моутоном, Ф. Фидлером, В. Вруммом, Ф. Йеттоном, А. Г. Аллахвердяном, А. Л. Журавлевым, Б. Б. Коссовым, Г. М. Котляревским, Р. Л. Кричевским и др.

Хотя в психологии широко разрабатывается идея о влиянии на индивидуальную деятельность человека других людей, однако вопрос оптимизации межличностного взаимодействия и влияния его на результаты профессиональной деятельности изучен недостаточно.

В рамках нашего исследования интерес представляют имеющиеся на настоящий момент классификации видов взаимодействия. В частности, в работах В. А. Горяниной подробно описаны продуктивный и непродуктивный стили взаимодействия и выделены критерии их определения [3].

Продуктивность взаимодействия предполагает установление и развитие отношений взаимного доверия, что способствует раскрытию личностных потенциалов и достижению эффективных результатов в совместной деятельности. Непродуктивный стиль взаимодействия блокирует отношения, что сказывается как на партнерах, так и на результатах совместной деятельности. Обычно выделяют пять основных критериев, позволяющих правильно понять стиль взаимодействия (табл. 1).

Предельно понятное и вполне продуктивное для применения в исследовательской практике определение разных типов взаимодействия поколений предложила М. Мид [6]. Выделив три типа культур — постфигуративную, где дети прежде всего учатся у своих предшественников, кофигуративную, где дети и взрослые учатся у сверстников, и префигуративную, где взрослые учатся также у своих детей, М. Мид наиболее приемлемым для современного мира определила префигуративный тип культуры [Там же, 335–362].

Таблица 1

Ключевые критерии определения стиля взаимодействия

Критерий	Особенность
Характер активности в позиции партнеров	В продуктивном стиле — «рядом с партнером», в непродуктивном — «над партнером»
Характер выдвигаемых целей	В продуктивном — доминирующий партнер выдвигает только близкие цели, не обсуждая их с партнером
Характер ответственности	В продуктивном стиле за результаты деятельности ответственны все участники взаимодействия; в непродуктивном стиле вся ответственность ложится на доминирующего партнера
Характер отношений, возникающих между партнерами	В продуктивном стиле — доброжелательность и доверие; в непродуктивном стиле — агрессия, обида, раздражение
Характер функционирования механизма идентификации	Обособление между партнерами, разобщенность, дистанцирование

В обществе с большой социальной мобильностью разрыв между поколениями по образованию и по стилям жизни неизбежен. Молодые люди в своем движении вверх и вовне сталкиваются с определенными ценностями, разделяемыми большинством взрослых в двух старших поколениях. Старшее поколение, с одной стороны, признает, что живет в мире новых технологий и стремительных изменений, а с другой — рассматривает изменение молодыми сложившихся практик, как опасность утраты самоидентификации. Вводя понятие «префигурация», автор указывает на необходимость перейти от понятия «миграция в пространстве» к понятию «миграция во времени». Сегодня молодое поколение становится обладателем такого опыта (опыта взросления, профессионализации, освоения виртуальной реальности и пр.), которого никогда прежде не было у старшего поколения. Более того, старшее поколение сталкивается с невостребованностью своего опыта молодым поколением. Новизна, глобальность и всеобщность этого разрыва и определяет уникальность взаимоотношений поколений в современном мире [6, 359–362].

В нашем исследовании мы воспользуемся понятиями «*постфигуративное взаимодействие*» и «*префигуративное взаимодействие*» поколений, рассматривая их соответственно как: *принятие и признание средним поколением конкурентоспособности опыта старшего поколения (постфигуративное взаимодействие профессионалов)*, *принятие и признание старшим поколением конкурентоспособности компетенций среднего поколения (префигуративное взаимодействие профессионалов)*. Признание значимости опыта другого поколения профессионалов и готовность к обмену этим опытом является, по нашему мнению, наиболее перспективной стратегией взаимодействия, обеспечивающей возможность поступательного развития организации.

Рабочая гипотеза теоретического исследования

К настоящему времени в научных и практических рекомендациях представлены и охарактеризованы многочисленные факторы влияния на взаимоотношения поколений в целом и на взаимоотношения профессионалов разных поколений в частности. Вместе с тем имеется острая потребность в систематизации факторов, определяющих особенности этого взаимодействия, с тем чтобы проектировать их дальнейшее исследование на системной основе.

Современное состояние исследования проблемы взаимоотношений поколений

Сложность изучения взаимоотношений поколений определяет мультидисциплинарность исследований: изучением поколений занимаются демография, социология, генеалогия, педагогика, этнография, психология. Каждая из конкретных наук решает данную проблему в своем контексте.

1. Исследование проблемы взаимоотношений поколений в контексте социально-экономического развития общества. Проблемы поколений достаточно широко освещены в классических социологических научных исследованиях зарубежных (Э. Гидденс, О. Конт, К. Мангейм, М. Мид, С. Н. Паркинсон, Т. Парсонс) и российских (А. И. Афанасьева, Л. Коган, И. С. Кон, и др.) специалистов, в которых раскрывается влияние социальных изменений, происходящих в обществе, на взаимоотношения поколений. Исследователи рассматривают, как правило, два аспекта проблемы: межпоколенная преемственность и межпоколенная конфликтогенность. В литературе представлены три основные точки зрения: 1) глобальный всеобщий разрыв между поколениями, который постоянно увеличивается (М. Мид, С. Н. Паркинсон); 2) маятниковый характер межпоколенных взаимоотношений: периоды конфликтов чередуются с периодами преемственности (Х. Ортега-и-Гассет, Л. Фойер); 3) межпоколенные отношения как отношения «селективной преемственности» (И. Кон).

Теория возрастной стратификации социума позволяет рассматривать общество как совокупность возрастных групп и таким образом объяснять обусловленные возрастом различия в способностях, ролевых функциях, правах и привилегиях (В. И. Ильин, В. В. Радаев, Р. В. Рывкина, Н. Е. Тихонова и др.). В условиях превращения рынка в главный социальный регулятор происходит существенное углубление социально-возрастной стратификации: молодежь сталкивается с серьезными проблемами трудоустройства, а пожилые активно выталкиваются на пенсию как рабочая сила, неэффективная в новых условиях.

А. И. Ракитов, анализируя проблемы преемственности в российской науке, подчеркивает принципиальную новизну задач, встающих перед новым поколением. Особенность этих задач заключается в высокой степени неопределенности последствий социально-экономических, научных изменений, и, как следствие, в высоком уровне рисков в прогнозировании перспектив развития. Общим требованием становится поиск механизмов и способов удовлетворения потребностей общества при минимизации затрат ресурсов, прежде всего при-

родных. Знания и информация, по мнению автора, являются единственным неисчерпаемым ресурсом, следовательно, именно они должны более эффективно использоваться, а это, в свою очередь, возможно при радикальном изменении ценностных и целевых ориентаций общества [9].

Ценностный аспект исследования проблемы представлен в трудах М. Б. Глотова, В. Ж. Келле, Л. В. Никоненко, А. Я. Пучкова, Т. А. Трофимовой, Г. Г. Феоктистова, В. И. Чупрова, А. В. Шаронова и др. Авторы анализируют изменения ценностных ориентаций разных поколений в ходе социокультурных и экономических преобразований.

На резкое изменение характера преемственности и ослабление связей между поколениями указывает в своем исследовании Р. А. Ахметьянова, подчеркивая, что основные различия ценностных систем старших и младших поколений заключаются в выборе не терминальных, а инструментальных ценностей, т. е. средств достижения поставленных целей. Автор утверждает, что преобладающая в современных условиях мотивация к обогащению ведет к опасным нравственным девиациям в представлениях о допустимых способах приобретения богатства [1].

2. Исследование особенностей конкретной возрастной группы. Исследование межпоколенных взаимодействий объединяет в себе такие направления науки, как изучение особенностей возрастных групп молодежи (Ю. Р. Вишнеvский, Ю. Г. Волков, Ю. А. Зубок, С. Н. Иконникова, В. В. Касьянов, В. Т. Лисовский, М. Н. Руткевич, И. П. Савченко, В. И. Чупров, В. И. Шубкин) и зрелого возраста, геронтология (В. Д. Альперович, Е. Ф. Молевич, В. Д. Шапиро, Е. И. Холостова).

Проблему ценностной стратификации людей возрастной группы 30–49 лет в процессе социально-культурной деятельности исследовала Н. С. Квасова. Особенности данного возрастного периода, с точки зрения автора, заключаются в том, что происходит очередной этап социализации личности, который можно охарактеризовать как фазу стабилизации. Это выражается в становлении устойчивой системы ценностей, стабилизации жизненного уклада, окончательном становлении социальных ролей, актуализации потребности в реализации накопленного жизненного и профессионального опыта. Одновременно автор рассматривает этот возрастной этап как период определенного психологического кризиса, когда субъект стоит перед выбором между социально-культурной активностью и пассивностью. Степень сбалансированности жизненных установок (баланс между стабилизацией и дестабилизацией) определяет особенности системы ценностей людей среднего возраста [5].

В связи с изменившейся демографической ситуацией особый интерес исследователей вызывает старшая возрастная группа людей. В изучении особенностей развития личности на поздних этапах онтогенеза существенное значение имеют теория гетерохронности (Б. Г. Ананьев, М. Д. Александрова, Ст. К. Визев, И. В. Давидовский, Е. Ф. Рыбалко и др.), концепция «акме» (А. А. Бодалев, А. А. Деркач, Н. В. Кузьмина и др.), теория жизненного пути и субъектности человека (К. А. Абульханова-Славская, Л. И. Анцыферова, С. Л. Рубинштейн и др.).

В последнее время в науке превалирует тенденция избегать однобокого взгляда на старение как простую инволюцию, угасание или регресс. Старение рассматривается как процесс, эволюционный по своей сути, включающий становление и развитие новых адаптационных и компенсаторных механизмов жизнеобеспечения, призванных сохранять, укреплять и развивать активные связи с миром.

Люди позднего возраста вынуждены не только ориентироваться в новой внешней ситуации, но и реагировать на изменения в самих себе. Приятие себя как активного деятеля позволяет пожилому человеку адаптироваться к изменяющейся среде, другим людям, собственным физическим, физиологическим, личностным изменениям. Психологические же возможности такой адаптации есть результат всего жизненного пути человека. Исследователи (Г. Йолов, И. Петров, Е. Ф. Рыбалко, Э. Эриксон, D. Kausler, J. Norris, M. Pratt, K. Schaie) отмечают, что психологические особенности трудовой активности пожилых людей проявляются в степени реализации целей в профессиональной деятельности, в чувстве удовлетворения работой, в понимании места труда в ценностной системе, в значительных событиях и переживаниях, связанных с трудом.

3. Исследование характера межпоколенного взаимодействия. Проблема наследования социального и культурного опыта, культурно-исторической памяти активно разрабатывается в культурологических исследованиях (И. В. Малыгина, А. Я. Флиер, М. М. Шibaева и др.). В работе Л. А. Горностаевой выделены три модели межпоколенной культурной преемственности в российском социуме: 1) традиционалистская, основанная на максимально точном воспроизводстве прошлого опыта старших поколений; 2) модель социокультурной диффузии, при которой передача традиции или восприятие новаций в обществе осуществляется не между различными поколениями, а в разных группах носителей определенной идеологии; 3) реверсивная модель. Последняя, с точки зрения автора, описывает сегодняшнюю ситуацию, когда значительно снижается ценность жизненного опыта старших поколений для поколений подрастающих. Хотя опыт старших в принципе не отбрасывается, но все более ускоряющийся темп жизни порождает социокультурное несоответствие старшего поколения новым реалиям, для преодоления которого оно вынуждено усваивать знания и ценностные установки, характерные для молодежи [2].

На наличие острой проблемы нарушения связи времен указывает в своих исследованиях О. А. Нор-Аревян. Причину этого автор видит в том, что молодое поколение, не рассматривая старшее поколение как образец для социализации, не стремится и воспроизвести его в своей жизни. В свою очередь, пожилые люди не доверяют новому и не видят в молодежи достойного продолжения. Это приводит к крайней степени дифференциации по возрастным группам, радикализирует отношения и разрывает преемственные связи. Безусловно, общность поколений обеспечивает стабильное эволюционное развитие цивилизации, удерживая баланс между традициями и нововведениями. Автор призывает к взаимному проявлению толерантности и уважения как механизму, обеспечивающему преемственность, смысловые перспективы и целостность общества [8].

Проблемы возрастной дискриминации и конфликта поколений неоднократно затрагивались российскими и зарубежными учеными. В этой области исследований взаимодействий и конфликтов наиболее известны работы М. Д. Александровой, В. А. Барабой, И. Н. Димант, В. А. Давыдовского, Т. В. Карсаевской, А. Т. Шаталова, J. A. Vincent. В своей монографии, посвященной проблеме возрастной дискриминации, А. В. Микляева указывает, что с дискриминацией по возрасту сталкивается как молодежь в начале своей карьеры, так и рабочие на заключительном этапе карьеры. Важным социально-психологическим фактором, влияющим на межпоколенные взаимоотношения, автор называет возрастные социальные стереотипы [7].

В условиях современных социальных изменений изменяется характер межпоколенных взаимодействий: из субъект-объектных они становятся субъект-субъектными. В современной России этот процесс приобретает конфликтогенный характер. Конфликтогенность рассматривается как процесс нарастания противоречий во взглядах, интересах и ценностях под влиянием экзогенных и эндогенных факторов, приводящий к столкновению сторон и обостряющий способности взаимодействия между ними.

Один из аспектов проявления проблемы «эйджизма» как дискриминации по возрастному признаку связан с неготовностью старшего поколения рассматривать молодежь в качестве субъекта социального взаимодействия, воспринимаемая и используя ее социальный опыт [2].

Исследуя проблему «эйджизма» как проявление негативного отношения к старшим поколениям, Ж. В. Хозина указывает, что сложившиеся в современном обществе негативные стереотипы старости в целом отрицательно сказываются на всей культуре общества. Подобные стереотипы старости приводят к распространению шаблонных и необоснованных суждений и, как следствие, к дискриминации старости. При этом не учитывается, что пожилые люди вполне способны проявить и выразить себя, используя для этого накопленные за годы таланты и знания (Ж. В. Хозина).

4. Исследование влияния социально-экономической ситуации на характеристики поколения профессионалов. Новая ситуация общественного развития предъявляет свои требования к поколениям, определяет их ценностные установки, отношения и модели поведения. В связи с этим особый интерес представляет исследование Е. П. Ермолаевой. Автор рассматривает вопросы реализации профессионала в системе идентификационных отношений человек – профессия – общество. Каждая «профессиональная эпоха» имеет свою идентификационную специфику и реализационные эталоны. Специфика профессиональной эпохи и идентификационный тип профессионала обуславливают стратегии и психологические механизмы его социальной реализации. Успешность реализации профессионала в каждой из профессиональных эпох может быть оценена по близости его стратегии к реализационному эталону эпохи.

Такой подход дает возможность разрабатывать механизмы оценки реализационного потенциала конкретной эпохи и психологические критерии перехода от одной эпохи к другой, что, в свою очередь, позволит определять тенденции

изменения профессиональных отношений и своевременно вырабатывать превентивные стратегии социальной адаптации профессионалов к переменам.

По мнению автора, во всех «профессиональных эпохах» присутствуют инвариантные и вариативные признаки как профессионально идентичного, так и маргинального поведения. «Реализационный эталон» эпохи включает три компонента: адекватный эпохе идентификационный тип профессионала; тип массового профессионального субъекта как носителя ведущей адаптационной тенденции и «реализационный стереотип» — сферу социальной активности, втягивающую профессионалов других профилей.

Результаты исследования автора позволили выявить типы реализационных стратегий, помогающих решить профессиональные проблемы. Например, интенционно-реализационная стратегия как бесконфликтное развертывание профессионального потенциала в социуме может быть актуальна в периоды стабильности при наличии свободы профессионального выбора; стратегия рационализации поможет адаптироваться к профессиональной изоляции в условиях, ограничивающих свободу профессионального выбора; стратегия инверсии ценностных ориентаций может быть использована в переходные периоды между профессиональными эпохами, когда происходит распад прежних и складывание новых социально-профессиональных отношений [4].

Обращаясь к проблеме взаимоотношений поколений, американские исследователи указывают, что разные поколения не только исповедуют разные профессиональные ценности и применяют разные способы работы, но и относятся к своей работе по-разному. Изменились также роли и ролевые сценарии. Если раньше типовым был сценарий, при котором старый опытный руководитель третировал молодых подчиненных, а молодые сотрудники подчинялись более старшим по возрасту, то сейчас отношения складываются иначе: нет почтительного отношения к старшим как носителям важного опыта и потому обладающим безусловным преимуществом. Проблемы взаимного непонимания, нахождения согласия обостряются [11].

Особенность современной ситуации состоит в том, что новые проблемы, возникающие на рабочем месте в последние десятилетия (сокращение персонала, глобальная конкуренция, стрессы и пр.), являются новыми для всех поколений — и молодых специалистов, и пожилых опытных работников. Однако при этом сохраняются бесспорные различия в реагировании представителей разных поколений на изменения, и это влияет и на найм, и на проведение изменений, и на мотивации, увеличение продуктивности [11].

Американские исследователи отмечают, что впервые на рабочем месте одновременно оказались представители сразу четырех поколений: «ветераны, традиционалисты» (1922–1945 годов рождения), «бэби-бумеры» (1946–1964 годов рождения), «поколение X» (1965–1980 годов рождения), «поколение Y» (1981–2000 годов рождения) [13]. Каждому поколению присущи свои типы поведения, отношения, ожидания, привычки и мотивационные сложности. Так, для поколения «ветеранов» важны такие ценности, как власть, конформизм и дисциплина, для «бумеров» — оптимизм и вовлеченность, для «поколения X» — скептицизм и информированность, для «поколения Y» — реалистичность, уваже-

ние, социальность. Исследования показывают, что взаимодействие людей основывается на базовых принципах, характерных для поколения, к которому эти люди принадлежат. Только понимая и принимая характерные черты другого поколения, можно обеспечить взаимодействие с ним на рабочем месте.

Актуальность проблемы взаимоотношений поколений связана с поиском действенных инструментов создания продуктивных разновозрастных рабочих групп [12]. Для большей эффективности управления такими группами и участия в них важно точно определить, к какой поколенческой группе принадлежит каждый из работников. При этом исследователи отмечают, что необходимо понимать, что принадлежность к поколению не всегда однозначно совпадает с возрастом. Поколенческая группа обладает сходными ценностями, характеристиками стиля жизни. Сложности в определении принадлежности к предшествующему или последующему за ним поколению возникают также в отношении тех индивидуумов, которые были рождены на стыке поколений.

На основе результатов проведенного теоретического исследования мы предлагаем рабочую классификацию факторов влияния на межпоколенные взаимоотношения (табл. 2).

Выводы

1. Тема взаимоотношений поколений актуальна и широко представлена в научных исследованиях. Учеными рассматриваются следующие межпоколенческие проблемы: преемственности; ценностных различий поколений; поколенческого конфликта; возрастной дискриминации; социально-демографических последствий научно-технического процесса и связанных с ними постоянных изменений на фоне глобального прогноза развития современного общества. Незначительное число исследований посвящено поколениям профессионалов. В литературе не представлены исследования психологических факторов, лежащих в основе выбора продуктивных стратегий взаимодействия поколений профессионалов.

2. Представленные в публикациях классификации поколений и типологии поколенческих стратегий носят в основном описательный характер, что не дает возможности использовать их как инструмент, позволяющий разработать принципы и определить механизмы согласования стратегий двух поколений с целью сохранения и развития профессионального потенциала современных организаций в изменяющемся мире.

3. Проведенный анализ литературы по заявленной проблеме показал, что при общем росте количества научных исследований, посвященных проблемам взаимоотношений поколений, собственно психологических исследований в этом направлении явно недостаточно. Большинство из них сосредоточено либо на анализе социально-психологических особенностей конкретных возрастных групп, либо на описании различий в системе ценностных ориентаций разных поколений. Практически отсутствуют исследования, направленные на выявление факторов влияния на взаимодействие профессионалов разных поколений в условиях профессиональной деятельности.

Таблица 2

Классификация факторов влияния на межпоколенные взаимоотношения

Класс факторов	Содержание факторов	Ключевые аспекты проблемы, связанные с рассмотрением факторов	Авторы, в работах которых рассматриваются факторы	Предлагаемое авторами решение проблемы
Социально-экономические	<p>Рынок как основной социальный регулятор</p> <p>Особенности задач, встающих перед новым поколением: высокая степень неопределенности последствий социально-экономических, научных изменений</p>	<p>Анализ исторического развития взаимоотношений поколений в контексте социально-экономического развития</p> <p>Динамика научно-технического прогресса</p>	<p>М. Мид, С. Н. Паркинсон, Х. Ортега-и-Гассет, Л. Фойер</p> <p>А. И. Ракитов</p>	<p>Государственное регулирование рыночных отношений</p> <p>Знания и информация</p>
Социокультурные	<p>Ценностная преемственность, духовная общность поколений</p> <p>Оценка явлений и событий по критерию полезности и значимости для решения конкретных исторических задач и социальной приемлемости тех или иных форм деятельности</p> <p>Возрастные социальные стереотипы</p> <p>Изменение системы социальных ценностей. Трансформация института семьи. Преобладание к прошлому и традициям</p>	<p>Наследование социального и культурного опыта. Культурно-историческая память</p> <p>Модели межпоколенного взаимодействия</p> <p>Теория возрастной стратификации общества</p> <p>Формирование образа старости в современном обществе. Дискриминация по возрасту (эйджизм)</p>	<p>И. В. Малыгина, А. Я. Флиер, М. М. Шибалева</p> <p>Л. А. Горностаева</p> <p>В. И. Ильин, В. В. Радаев, Р. В. Рывкина, Н. Е. Тихонова, О. И. Шкараган</p> <p>Р. Н. Баглер, Дж. Винсент, М. Д. Александерова, В. А. Барабой, И. Н. Димант, В. А. Давыдовский, Т. В. Карасевская, Ж. В. Хозина, А. Т. Шаталов</p>	<p>Диалог культур</p> <p>Восстановление социокультурной практики преемственности через аккумуляцию значимых знаний и опыта, формирование систем ценностных ориентаций</p> <p>Толерантность</p> <p>Установление позитивных форм социального взаимодействия</p>

Окончание табл. 2

Класс факторов	Содержание факторов	Ключевые аспекты проблемы, связанные с рассмотрением факторов	Авторы, в работах которых рассматриваются факторы	Предлагаемое авторами решение проблемы
Социально-психологические и психологические	Различия в наборе инструментальных ценностей поколений, т. е. средств достижения поставленных целей	Особенности преемственности поколений в условиях трансформации российского общества	Р. А. Ахметьянова, Е. П. Ермолаева	Формирование нового социального механизма преемственности поколений, в том числе воспитания, образования, возрождения культурно-исторической памяти
	Уровень социально-культурной активности и социально-демографические характеристики субъектов социально-культурной деятельности	Проблема ценности стратегий людей среднего возраста в процессе социальной деятельности	Н. С. Квасова	Сбалансированность установок, определяющих выбор между социально-культурной активностью и пассивностью
Социально-психологические и психологические	Интерризованный личностью стереотип старости	Проблема взаимосвязи социального стереотипа старости и личного выбора стратегии старения	Л. И. Анцыферова, Д. Б. Бромлей, Ф. Гизе, Н. Глуханюк, М. В. Ермолаева	Личная стратегия старения
	Готовность к возрастным изменениям у молодежи	Динамика отношения к старости у молодежи	Т. А. Петрова	Практики межпоколенного взаимодействия
Социально-психологические и психологические	Степень соответствия реалистичному типу профессиональной эпохи	Влияние социально-экономической ситуации на характеристики поколений профессионалов	Е. П. Ермолаева	Определение тенденций изменения профессиональных отношений и выработка превентивных стратегий социальной адаптации профессионалов к переменам
	Ценностные ориентации поколений «ветеранов» и «бумеров»	Ролевые модели профессионалов разных поколений	R. Zemke, C. Raines, H. Karp, C. Fuller, D. Sirias	Особенности реагирования на изменения

Сегодня поколенческие различия проявляются с особой силой. Данная тенденция, скорее всего, будет усиливаться в связи с нарастанием изменений. Для поддержания эффективности профессиональной деятельности необходимо оптимизировать межпоколенное взаимодействие. Выявление различий в субъективных ориентациях в профессиональной деятельности, используемых профессионалами разных поколений, позволит предложить конструктивные модели профессионального взаимодействия.

1. *Ахметьянова Р. А.* Особенности преемственности поколений в условиях трансформации российского общества : дис. ... канд. социол. наук. Уфа, 2002. 164 с.
2. *Горностаева Л. Г.* Преемственность поколений как фактор социокультурной динамики: на примере российского социума : дис. ... канд. культурол. наук. М., 2007. 145 с.
3. *Горянина В. А.* Психологические предпосылки непродуктивного стиля межличностного взаимодействия // Психол. журн. 1997. Т. 18. С. 73–83.
4. *Ермолаева Е. П.* Психология реализации профессионала в условиях социально-экономических изменений : дис. ... д-ра психол. наук. М., 2009. 450 с.
5. *Квасова Н. С.* Ценностная стратификация людей среднего возраста в процессе социально-культурной деятельности : дис. ... канд. психол. наук. Тамбов, 2003. 187 с.
6. *Мид М.* Культура и мир детства. М., 1988. 429 с.
7. *Микляева А. В.* Возрастная дискриминация как социально-психологический феномен [Электронный ресурс]. URL: <http://www.humanpsy.ru/miklyaeva/age>.
8. *Нор-Аревян О. А.* Конфликтогенность взаимодействия поколений в условиях социальной транзитуции российского общества: микросоциологический анализ : дис. ... канд. социол. наук. Ростов н/Д, 2003. 169 с.
9. *Ракитов А. И.* Прогноз развития науки и технологии в России на период до 2025 г. // Вестн. РАН. 1998. № 8. С. 746–753.
10. *Хозина Ж. В.* Социально-культурная активизация лиц третьего возраста как условие преодоления эйджизма: на примере Великобритании : дис. ... канд. психол. наук. М., 2000. 175 с.
11. Encyclopedia of ageism / eds.: E. B. Palmore, L. G. Branch, D. K. Harris. Binghamton ; New York, 2005. 376 p.
12. *Karp H., Fuller C., Sirias D.* Bridging the Boomer Xer Gap: Creating Authentic Teams for High Performance at Work. Palo Alto, Calif., 2002.
13. *Zemke R., Raines C., Filipczak B.* Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace. N. Y., 2000.

Статья поступила в редакцию 20.02.2013 г.

**ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОЦЕРКОВЛЕННЫХ
(ПРАВОСЛАВНЫХ) ПОДРОСТКОВ:
ШТРИХИ К ПСИХОЛОГИЧЕСКОМУ ПОРТРЕТУ
ВОЦЕРКОВЛЕННОГО ЧЕЛОВЕКА**

Исследуются личностные особенности современных воцерковленных (православных) подростков 15–16 лет. На основе анализа данных, полученных в результате использования методики многофакторного исследования личности Р. Б. Кеттела, авторы создают портрет воцерковленного подростка начала XXI в. и сравнивают его с традиционным образом воцерковленного человека, заложенным как в святоотеческом наследии, так и в обывательском представлении о верующем человеке.

Ключевые слова: подросток, личность, духовно-нравственная сфера, догмат, воспитание, религия, семья.

В психологических исследованиях последних десятилетий все чаще поднимаются разнообразные проблемы религии и веры, в частности, рассматриваются особенности религиозного воспитания, влияние фактора воцерковленности на становление личности. Этот интерес, безусловно, стимулируется самой социальной реальностью, в которой данная проблематика актуализирована как на уровне государств (этнические конфликты, религиозная нетерпимость, девиантное поведение на религиозной почве и, наконец, терроризм), так и на уровне каждого конкретного человека (введение в учебную программу российских общеобразовательных школ предмета «Основы религиозных культур и светской этики», запрет в ряде стран посещать публичные места в традиционной профессиональной одежде, угроза распространения религиозных сект и т. д.).

Вера, религия, духовность и нравственность, безусловно, являются понятиями одного понятийно-категориального ряда. Именно специфика духовно-нравственной сферы человека определяет характер и направление развития личности, формы взаимодействия с миром. С утверждением в психолого-педагогическом проблемном поле новой научной парадигмы, характеризующейся отходом от сугубо сциентистских позиций жесткого детерминизма, учетом аспектов уникальности, субъективности, гуманистической направленности, наука меняет свой

ПОПОВА Лариса Григорьевна — кандидат педагогических наук, заведующий кафедрой психологии развития и педагогической психологии, директор департамента психологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: Popova.larisa@usu.ru).

РАЗИНА Марина Владимировна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры психологии развития и педагогической психологии, заместитель директора департамента психологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: m_razina@mail.ru).

© Попова Л. Г., Разина М. В., 2013

взгляд на истинность подходов и методов изучения объектов, происходит выделение аксиологического фактора и использование его для обоснования объясняющих положений исследования. Эти факты в значительной степени являются предпосылкой для разворачивания изучения феномена духовности и духовного мира личности с психологических позиций [5]. Следует также отметить изменение по отношению к участию в различных исследованиях и самих представителей религиозных общин, которые в последние десятилетия демонстрируют активную социальную позицию и готовность содействовать реализации различных научных проектов. Представители конфессий участвуют в культурных мероприятиях, круглых столах, научных симпозиумах, пресс-конференциях и даже флешмобах, становятся желанными гостями на светских раутах, а также активно проявляют себя в Интернете, в том числе в блогосфере.

В обыденном сознании образ воцерковленного человека, который еще несколько десятилетий назад ассоциировался со стремлением к самоограничению, с ориентацией на духовные категории, трансформируется в исключительно современного, дружащего с новомодными гаджетами и не чуждого материальных ценностей. В определенной степени это говорит о том, что воцерковленный человек XXI в. значительно отличается от верующих предыдущих поколений, по крайней мере формально, по внешним признакам, что, безусловно, не означает содержательных личностных изменений в портрете верующего. В то же время человек, растущий в религиозной среде, в настоящий момент, как и многие века назад, прежде всего, воспитывается духовно, «что предполагает формирование ценностного отношения к жизни, обеспечивающее устойчивое и гармоничное развитие, которое воспитывает чувство долга, справедливости, искренности, ответственности и другие качества, придающие смысл делам и мыслям человека» [1].

Пожалуй, наиболее ярко эти культурные изменения видны у воцерковленных подростков. Данный период жизни, с точки зрения психолого-педагогического исследования, очень интересен тем, что он отличается наиболее ярким и полным проявлением всего спектра личностных черт, даже тех, которые впоследствии будут трансформированы или приглушены под воздействием социума или приобретенного жизненного опыта. Таким образом, выбор в качестве респондентов именно подростков в контексте рассматриваемой проблематики представляется продуктивным с точки зрения выявления черт психологического портрета современного верующего ребенка и будущего взрослого воцерковленного человека.

По мнению исследователя конфессиональной педагогики Т. В. Складаровой, следует выделять два уровня религиозного воспитания — рациональный и мистический. Так, рациональный уровень включает в себя три основных компонента: информационный, нравственный и деятельностный. Их содержание имеет конфессиональную специфику. К примеру, в православии информационный компонент — это тот объем знаний, который воспитуемые получают по истории церкви, богословию, догматике, священной истории; нравственный нацелен на научение воспитуемых преломлению собственного опыта через требования христианской морали; деятельностный предполагает участие в богослужениях, церковное творчество, дела милосердия. Мистический уровень тесно связан с рацио-

нальным, и его можно охарактеризовать лишь настолько, насколько он в нем проявляется. В православном воспитании он связан с подготовкой к церковным таинствам, к домашней молитве, с воспитанием чувства благоговения и почитания святынь. В основе религиозного воспитания лежит феномен удвоения мира и его сакрализации, т. е. наделения явлений окружающей действительности и личностного начала человека священным содержанием, придания особого смысла обыденным мирским процедурам через их обрядовое освящение [4].

Многообразны средства религиозного воспитания. Они, безусловно, определяются конфессиональными особенностями. Так, в христианских конфессиях таковыми являются: церковное богослужение, приобщающее верующих к церковной жизни, к таинству общения с Богом; проповедь, сообщающая важнейшие положения вероучения и побуждающая к соответствующему поведению; молитва, помогающая научиться вырабатывать нужный душевный настрой; исповедь, которая приучает к самоанализу и к мысли о неотвратимости наказания за грех (проступки); пост, помогающий «обуздать плоть, смирать гордыню, вырабатывать стойкость»; епитимья — наказание, способствующее укреплению в вере и соблюдению норм отношений и поведения.

Отдельно следует остановиться на особенностях воцерковленной семьи, влияние которой на духовно-нравственное развитие воспитывающихся в ней детей очевидно и не требует доказательств. В немногочисленных психологических исследованиях на эту тему отмечается то, что верующие родители стараются предоставлять ребенку самостоятельность. В то же время они не исключают возможность наказания ребенка в случаях открытого противостояния родительскому авторитету.

Как отмечается в исследованиях, при воспитании подростков воцерковленные родители используют гиперпротекцию и чрезмерность требований (обязанностей). Родители уделяют подростку много времени, внимания, поскольку воспитание детей для них является важнейшим делом в жизни. Они предъявляют к ребенку требования с целью воспитания у него чувства ответственности. В некоторых случаях на ребенка возлагается часть обязанностей по дому (ведение хозяйства, уход за малолетними детьми). От ребенка ожидают значительных успехов в учебе или других престижных занятиях (художественная самодеятельность, спорт и т. п.). В воцерковленных семьях преобладает авторитетно-рассудительный стиль воспитания, при котором родители предоставляют ребенку свободу действий, чтобы ребенок путем самостоятельных проб и ошибок приобрел личный опыт. Считается, что при таких, относительно постоянных, условиях жизни в семье ребенок постепенно постигает, находит жизненные истины, способствующие полноценному развитию его личности.

Результаты исследования воцерковленных родителей показывают, что у членов воцерковленных семей выше потребность в познании окружающей действительности и себя, они более ориентированы на соблюдение нравственных норм, желают жить по правде, совести.

А. В. Донцов, занимающийся исследованием психологических особенностей православной семьи, отмечает следующие значимые в контексте нашего исследования особенности:

1) для воцерковленного человека в семейных отношениях приоритетной будет эмоционально-чувственная сфера, тогда как для невоцерковленных — коммуникативная сфера;

2) ценностно-нравственная и мотивационная сферы в религиозной семье в значительной мере развиваются в соответствии с ориентирами, задаваемыми религиозным мировосприятием; религиозному человеку в большей мере свойственны стремление к духовности, единству с Божественным, высокой нравственности, любви, в то время как для нерелигиозных на первый план выходят развитие личностных качеств, целеустремленность, собственные достижения, здоровье [2].

В процессе религиозного воспитания к подростковому возрасту у воцерковленных детей формируются специфические для той или иной конфессии ценностно-нормативная система, особенности мышления и поведения, стиль жизни, а в целом — стратегии адаптации и обособления в социуме. В то же время следует отметить созвучность религиозных (православных) догматов современным гуманистическим образовательным ценностям. Она проявляется во внимательном отношении к личности воцерковленного ребенка. Однако принцип индивидуализации востребован православными родителями лишь отчасти, так как в их понимании он содержит в себе угрозу ухода формирующейся личности в эгоизм, что недопустимо с точки зрения духовно-нравственных идеалов.

Все вышеперечисленное есть определенного рода идеальные представления о том, каким должно быть религиозное воспитание и, соответственно, какими личностными особенностями должен обладать человек, в нашем случае — подросток, воспитывающийся в религиозной традиции.

Проведенное нами исследование позволяет соотнести эти теоретические выкладки с личностными особенностями реальных подростков, проживающих в Екатеринбурге, воспитывающихся в воцерковленных семьях и регулярно посещающих учреждения культа.

Исследование проводилось в марте — апреле 2012 г. в Екатеринбурге. Выполняя условия, выдвинутые священнослужителями, мы не можем указать название прихода, согласившегося на сотрудничество.

В работе мы использовали методику многофакторного исследования личности Р. Б. Кеттела (16-PF № 105 С), которая является одним из наиболее распространенных анкетных методов оценки индивидуально-психологических особенностей личности. Данный опросник ориентирован на выявление относительно независимых 16 факторов (шкал, первичных черт) личности. Каждый фактор включает несколько поверхностных черт, объединенных вокруг одной центральной черты.

Помимо методики Кеттела, респондентам была предложена анкета, направленная на определение степени воцерковленности подростка.

Основными критериями воцерковленности являлись:

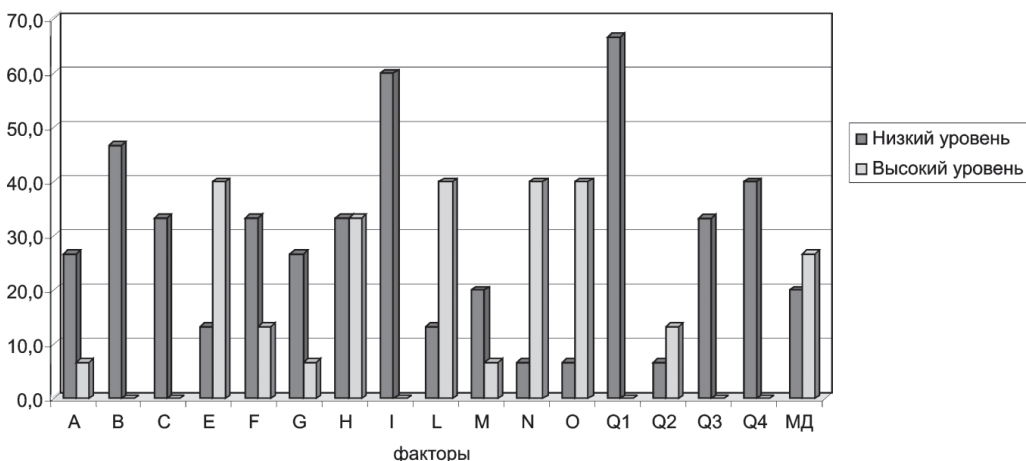
- частота посещения церкви — не менее 1 раза в неделю;
- регулярное выполнение церковных обрядов.

Выборка воцерковленных испытуемых составила 15 человек, из них 4 девочки и 11 мальчиков в возрасте 15–16 лет. Все они являются детьми священнослужителей.

Проведенное исследование позволило установить распределение факторов по степени их выраженности (см. таблицу и рисунок).

Распределение факторов по степени их выраженности у воцерковленных подростков (методика 16-PF), %

Фактор	Уровень выраженности	
	низкий	высокий
А – общительность	26,7	6,7
В – интеллектуальность	46,7	0,0
С – эмоциональная устойчивость	33,3	0,0
Е – доминантность	13,3	40,0
F – беспечность	33,3	13,3
G – моральная нормативность	26,7	6,7
Н – смелость в социальных контактах	33,3	33,3
I – эмоциональная чувствительность	60,0	0,0
L – подозрительность	13,3	40,0
М – мечтательность	20,0	6,7
N – дипломатичность	6,7	40,0
О – тревожность	6,7	40,0
Q1 – восприимчивость к новому	66,7	0,0
Q2 – самостоятельность	6,7	13,3
Q3 – самодисциплина	33,3	0,0
Q4 – напряженность	40,0	0,0
МД – адекватность самооценки	20,0	26,7



Распределение факторов по степени их выраженности у воцерковленных подростков

Прежде всего, рассмотрим блок факторов «коммуникативные свойства». В него входят такие факторы, как А — общительность, Н — смелость в социальных контактах, Е — доминантность, L — подозрительность, N — дипломатичность, Q2 — самостоятельность. Мы считаем его особенно важным, так как одним из ключевых факторов развития в подростковый период являются потребность в общении и потребность в обособлении. Общение в этот период приобретает ряд специфических черт. Среди них: расширение круга контактных групп, в которые включается подросток, большая избирательность в общении, которая проявляется, в частности, в четкой дифференциации групп общения на товарищеские, с достаточно широким составом членов и ограниченной интенсивностью общения внутри них, и дружеские, с которыми ребенок идентифицирует себя и стремится использовать как стандарт для самооценки. Как вне процесса общения невозможно усвоение общественного опыта, так без процесса обособления невозможно личностное присвоение этого опыта. Общение способствует включению личности в социум, в группу, что дает ей ощущение собственной защищенности, сопричастности к жизни группы, чувство эмоционального благополучия и устойчивости, значение которого особенно велико для подростков, так как именно в этом возрасте доминирует роль понимания, сопереживания, эмоционального контакта в общении. Обособление личности позволяет ей персонифицировать себя, осознать свою индивидуальность [3].

В выборке воцерковленных подростков по блоку коммуникативных свойств более выраженными оказались показатели по факторам «доминантность» (40 % респондентов), «дипломатичность» (40 %) и «подозрительность» (40 %).

Высокая степень показателей по фактору «доминантность» предполагает, что человек отличается независимостью, враждебностью и непослушанием. С одной стороны, этот результат у подростков подтверждает специфику возраста, поскольку в данный период жизни человек в наибольшей степени стремится к независимости и самостоятельности, хочет доказать свою взрослость. С другой стороны, выраженность этого фактора у воцерковленных респондентов может свидетельствовать о присутствии в церковной общине охранительных настроений, которые необходимы для сохранения основных ценностей, объединяющих людей в рамках того или иного религиозного течения.

Высокий показатель по фактору «подозрительность» говорит об излишней защите и эмоциональной напряженности, фрустрированности личности. Он предполагает недоверчивое отношение к людям. Это может быть связано с особенностями развития современного общества, где основными ценностями являются успех, индивидуальная самореализация, достижение конкретных социально одобряемых результатов. Вероятно, эти общественные настроения оказывают давление и на верующих и трансформируют образ христианина и стиль его поведения, отраженный в догматах.

Наибольшая выраженность показателей по фактору «дипломатичность» означает, что такой человек осторожен по отношению к другим. Людей с высокими оценками по данному фактору можно охарактеризовать как независимых, со сложной натурой, отличающихся эмоциональной выдержанностью. Такой результат может свидетельствовать о том, что у воцерковленных подростков

воспитывается не только любовь к ближнему, но и умение держать дистанцию во взаимоотношениях. Также этот феномен можно объяснить сложностями в самореализации воцерковленного человека в нашей стране, где в период господства официальной доктрины атеизма любая религия была практически под запретом. Следует также отметить, что склонность религиозной общины к замкнутости является в определенной степени залогом ее выживаемости и сохранения ценностей в сложных внешних условиях.

Из воцерковленных подростков 33,3 % испытуемых по фактору «смелость в социальных контактах» представили низкие показатели. Стоит отметить, что это свидетельствует о наличии робости, эмоциональной сдержанности, иногда замкнутости, но в то же время говорит о внимательности по отношению к людям и деликатности. Возможно, это связано с православным воспитанием, которое подросток получает в семье. Как уже было сказано ранее, в воцерковленной семье в воспитании приоритетной будет эмоционально-чувственная сфера, тогда как для невоцерковленных — коммуникативная.

При интерпретации показателей факторов, входящих в блок интеллектуальных свойств (В — интеллектуальность, М — мечтательность, Q1 — восприимчивость к новому), особого комментария требует последний — «восприимчивость к новому», также в литературе встречается другое название этого фактора — «консерватизм-радикализм». Низкий показатель по данному фактору, характерный для большинства испытуемых (66,7 %), свидетельствует о большом уважении традиций, скепсисе по отношению к новым идеям, принципам и парадигмам. Это вступает в определенный диссонанс с традиционными психолого-педагогическими представлениями и типичным поведением среднестатистического подростка, которого, как правило, отличает свободомыслие, стремление к экспериментаторству, недоверие к авторитетам, что практически исключено при низкой выраженности фактора «восприимчивость к новому». Вероятно, в данном случае можно говорить об эффективности конфессионального воспитания, поскольку, несмотря на психофизиологические особенности возраста, подростки, воспитывающиеся в воцерковленной среде, демонстрируют принятие основных идей любой религии — подчинение авторитету и безусловное принятие на веру ее основных постулатов.

В группе эмоциональных свойств, к которым относятся С — эмоциональная устойчивость, F — беспечность, Н — смелость в социальных контактах, I — эмоциональная чувствительность, O — тревожность, Q4 — напряженность, Q3 — самодисциплина, G — моральная нормативность, примечательна диада факторов «тревожность» и «напряженность». 40 % респондентов показали высокий уровень выраженности по фактору «тревожность» и такое же количество — 40 % низкий уровень выраженности по фактору «напряженность». Напряженность как психологическое состояние и тревожность как индивидуальная психологическая особенность состоят в причинно-следственной связи, в которой напряженность провоцирует развитие тревожности и в конечном итоге ведет к возникновению стрессовых состояний и негативных проявлений на соматическом уровне. Взаимоисключающие результаты по напряженности и тревожности, полученные нами в процессе исследования, могут быть обусловлены как

противоречивостью подросткового возраста, который характеризуется сложной динамикой, сопровождающейся одновременным развитием разнонаправленных сторон личности, так и ограниченностью выборки.

Характерный для большинства испытуемых (60 %) низкий уровень выраженности по фактору «эмоциональная чувствительность», также представленном в группе эмоциональных свойств, может свидетельствовать о значительной зрелости воцерковленных подростков, о зрелой рассудочности, практичности, рациональности и даже некоторой жесткости по отношению к окружающим. Безусловно, это можно объяснить спецификой воспитания в воцерковленной семье, где, как было описано выше, с раннего возраста детей приучают к работе по дому, ответственному отношению к учебе. Также важен тот факт, что воцерковленные семьи, как правило, многодетные, а значит, исследуемые респонденты, скорее всего, заботятся в младших братьях и сестрах, что стимулирует их взросление. Кроме того, низкий уровень выраженности по фактору «эмоциональная чувствительность» может быть связан с тем, что большинство испытуемых данной выборки — мальчики, для которых характерна эмоциональная сдержанность.

Проведенное нами исследование, безусловно, не претендует на всеобъемлемость и является скорее пробным шагом в составлении психологического портрета современного верующего человека. Его ограниченность обусловлена сложностями в нахождении воцерковленных респондентов, особенно несовершеннолетних, отсутствием специального, адаптированного для религиозного сознания психодиагностического инструментария и т. д. Однако некоторые выявленные нами характерные психологические особенности, прежде всего осторожность по отношению к другим людям, эмоциональная выдержанность, стремление держать дистанцию во взаимоотношениях, независимость в социальном поведении, консерватизм и стремление к ответственному и взвешенному «взрослому» поведению, позволяют сделать вывод о соответствии наших респондентов традиционному образу воцерковленного человека, заложенному как в святоотеческом наследии, так и в обывательском представлении о верующем человеке. Следовательно, те социокультурные изменения, которые «осовременивают» портрет верующего человека, являются скорее тенденциями, нежели стратегическими факторами, которые в перспективе не могут кардинально изменить традиционную религиозную парадигму, а значит, и образ жизни, и ценностные установки, и психологические характеристики верующих людей.

1. Головин С. Ю. Словарь практического психолога. М., 2001.

2. Донцов А. В. Особенности влияния религиозных институтов на формирование ценностно-нравственной сферы и семейных установок личности // Поддержка семьи в условиях кризиса : материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы специальной психологии в образовании». Новосибирск, 2010. С. 187–196.

3. Кон И. С. Дружба. СПб., 2005.

4. Мельник С. Н. Психология личности : учеб. пособие. Владивосток, 2004.

5. Ожиганова Г. В. Психологические аспекты духовности. Ч. 2 : Духовные способности // Психол. журн. 2010. Т. 31, № 5. С. 39–53.

КУЛЬТУРА МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

УДК 327(44) + 172 + 341.221

О. Н. Богатырева

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ФРАНЦУЗСКИХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КОЛЛЕКТИВОВ

В статье проанализированы основные формы и методы децентрализованного сотрудничества французских территориальных коллективов и их властей. Определена география связей, выявлены основные партнеры, рассмотрена тематическая направленность проектов сотрудничества на всех континентах. Установлены возможности и пределы децентрализованного сотрудничества, его приоритетные направления и основные проблемы. Выделены модели партнерских отношений с разными странами мира.

Ключевые слова: Франция, децентрализация управления, децентрализованное сотрудничество, территориальные коллективы, устойчивое развитие.

Современная международная деятельность территориальных коллективов Французской Республики, получившая название *децентрализованное сотрудничество*, до сих пор остается «незаметной» для исследователей и ученых, работающих в сфере международных отношений. Одна из причин такого «невнимания» заключается в том, что в отличие от Германии, Бельгии и Нидерландов, создавших первые формы приграничного сотрудничества еще в конце 1950-х гг., централизованная Франция долгое время «держалась в стороне» от установления общеевропейских межтерриториальных связей. Вплоть до начала 1990-х гг. европейская политика создания «пространства без границ» имела небольшое влияние на французскую систему «обустройства территории». Сфера международных отношений традиционно оставалась монопольной прерогативой центральных государственных органов Французской Республики, а самостоятельная зарубежная деятельность территориальных коллективов сводилась к практике территорий-побратимов [2, 113].

БОГАТЫРЕВА Ольга Николаевна — доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры теории и истории международных отношений Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: bogat_155@rambler.ru).

© Богатырева О. Н., 2013

Одним из главных факторов развития самостоятельных отношений регионов, департаментов и коммун с зарубежными партнерами и проведения успешной политики интеграции Франции в Евросоюз стала политическая модернизация институтов местного управления. Цель реформы управления, проведенной во Франции в 1980–1990-е гг., состояла в создании на местах эффективной и стройной системы, сочетающей децентрализованное государственное управление и местное самоуправление. В соответствии с принципом субсидиарности, основным инструментом модернизации стало перераспределение полномочий между центром и органами местного управления, получившими в том числе и финансовую независимость.

В начале второго тысячелетия политическая модернизация во Франции завершилась созданием децентрализованной системы государственного управления. Новая редакция конституции Французской Республики закрепила право территориальных коллективов на самоуправление, установив, что «ни одно административно-территориальное образование не вправе осуществлять опеку над другим административно-территориальным образованием» [6].

Расширение автономии французских территориальных коллективов совпало с новым этапом в развитии международных отношений после «раздела мира», связанного с падением Берлинской стены и распадом СССР. В условиях мощных глобальных интеграционных процессов и «нового усиления локального» [1, 86] начала разрушаться монополия государства на международные отношения, которые стали пониматься как взаимодействие различных акторов — неправительственных организаций, интеграционных объединений, медиакорпораций, бизнеса, субъектов федераций, муниципалитетов и индивидов. Местные власти вынуждены были реагировать на внешнее давление, чтобы найти свое место в новой архитектуре международных отношений и укрепить свои позиции в условиях глобальной конкуренции.

Кроме того, местные органы власти наряду с государствами и международными организациями оказались на главной «линии фронта» — достижении Целей развития тысячелетия, провозглашенных на Саммите тысячелетия ООН в сентябре 2000 г. и представляющих собой программу по борьбе с бедностью и общему повышению уровня жизни на планете. Цели были приняты 147 главами государств, но их реализация относится преимущественно к полномочиям местных властей — охране здоровья, борьбе с бедностью и низкими доходами, начальному уровню образования, доступу к безопасной питьевой воде, переработке отходов и обеспечению продовольствием. Чтобы удовлетворить эти требования, местные органы управления уже не могут действовать исключительно в рамках национальной политики. Для достижения Целей тысячелетия общины стран Севера и Юга были вынуждены создавать альянсы в глобальном масштабе.

Новые риски и угрозы, вызванные глобализацией, повлияли и на внешнеполитические стратегии современных развитых стран. Так, в официальной французской доктрине по вопросам обороны и национальной безопасности, принятой в 2008 г., подчеркивается необходимость борьбы против новых опасностей, появившихся в мире на рубеже тысячелетий. Среди этих угроз — тер-

роризм, эпидемии, климатические катастрофы, бедность и неравенство [11]. В ликвидации этих угроз и снижении нищеты, по мнению правительства, немаловажную роль должно сыграть децентрализованное сотрудничество французских общин с партнерами в развивающихся странах. В своей знаменитой речи «Ла-Боль»¹, ставшей важной вехой в отношениях между Францией и странами Африки, президент Франции Франсуа Миттеран выступил за расширение децентрализованного сотрудничества как основного способа поддержания демократизации и децентрализации в странах Африки и призвал французские местные власти участвовать в этом процессе [3].

Расширение децентрализации привлекло внимание местных французских общин к проблемам развития, вызвало желание поделиться опытом решения проблем со своими партнерами в развивающихся странах, помочь им выработать реальные навыки демократического управления, смягчить противоречия между Севером и Югом. При этом помощь не стала ограничиваться только «сбором мусора и ремонтом тротуаров». Современное децентрализованное сотрудничество с партнерами из бедных стран отличается межотраслевыми программами, нацеленными на улучшение благосостояния населения и развитие территорий и помогающими установлению межцивилизационного диалога.

Таким образом, за последние 20 лет возможности участия французских регионов, департаментов и коммун в международных связях значительно расширились. За это время был сформирован механизм сотрудничества с зарубежными партнерами, что привело к присутствию французских территориальных коллективов в 141 стране на пяти континентах. Около 5 тыс. французских общин осуществляют международные контакты с различной интенсивностью, участвуют в 12,5 тыс. проектов сотрудничества с иностранными общинами [4].

Все 26 французских регионов, более 80 департаментов, подавляющее большинство крупных городов, городских и сельских коммун, около 400 муниципальных объединений и межрегиональных антант² втянуты сегодня в децентрализованное сотрудничество. Значительное число и разнообразие акторов децентрализованного сотрудничества отражает богатое разнообразие общинных структур во Франции, а также является результатом мобилизации местных выборных представителей и институтов гражданского общества. Особенностью французского децентрализованного сотрудничества является обилие коммун, как городских, так и сельских, объединенных в 2,5 тыс. ассоциаций межмуниципального сотрудничества. Межмуниципальная кооперация французских общин, возникшая еще в XIX в., всегда рассматривалась как символ местной демократии и активного чувства гражданской ответственности населения. Межтерриториальные ассоциации наряду с коммунами, департаментами и регионами также активно вовлечены в международные проекты [8].

Министр иностранных дел Франции Лоран Фабиус, выступая на заседании Национальной комиссии по децентрализованному сотрудничеству (CNCD)

¹ Франсуа Миттеран выступил с этой речью 20 июня 1990 г. на 16-й конференции глав африканских государств, состоявшейся во французском городе Ла-Боль.

² Антанта — форма сотрудничества соседствующих регионов Франции, созданная в 1992 г.

29 января 2013 г., отметил, что дипломаты должны добавить к международным отношениям Франции еще одно измерение — «дипломатию территорий», нацеленную на развитие и гуманитарную деятельность. Министр подчеркнул уникальность международных отношений децентрализованной Франции, основанных на свободной гражданской инициативе и координации «дипломатии посольств» и «дипломатии территорий» [5].

До 1992 г. отношения между французскими территориальными коллективами и их зарубежными аналогами регулировались весьма нечетким законодательством, которое допускало установление регулярных контактов, но исключительно между приграничными территориями. Отметим, что в сфере международных связей французских местных властей события очень часто предшествовали появлению правовых норм, и многие территориальные коллективы проводили трансграничные акции намного раньше, чем этот вид деятельности попадал в область правотворчества. В контексте децентрализации территориальные коллективы пришли к пониманию необходимости самостоятельного установления отношений с зарубежными партнерами, их перестала удовлетворять практика территорий-побратимов [2, 113].

Мощный импульс к ускоренному развитию децентрализованное сотрудничество получило в 1990-е гг., после принятия ряда законов о территориальном управлении Французской Республики. Так, закон № 92–125 от 6.02.1992 г. ввел понятие *децентрализованного сотрудничества* и положил начало формированию его правовой базы, а также подтвердил законность внешних действий местных властей и их способность заключать соглашения с иностранными территориальными коллективами [12]. Закон № 95–115 от 4.02.1995 г. «О пространственном планировании и территориальном развитии» разрешил территориальным коллективам присоединяться к иностранным публичным организациям или участвовать в капитале иностранного юридического лица, действуя при этом только в пределах своих полномочий и соблюдая международные обязательства государства [2, 116].

Большую роль в экологических проектах децентрализованного сотрудничества и акциях солидарности по всему миру сыграл закон № 2005–95 от 9.02.2005 г. «О международном сотрудничестве местных органов власти в области водоснабжения и санитарии», позволивший общинам выделять до 1 % своих ресурсов на международное сотрудничество в области водоснабжения и санитарии [13].

Во всех принятых законах красной нитью проходила мысль, что местные власти участвуют в децентрализованном сотрудничестве в координации с правительством. Так, согласно нормам закона № 2007–147 от 2.02.2007 г., территориальные коллективы и их объединения могут в соответствии с международными обязательствами Франции заключать соглашения с иностранными местными властями для сотрудничества и помощи в целях развития. Кроме того, им предоставлялось право осуществления или финансирования гуманитарных операций в условиях чрезвычайных обстоятельств [14].

Отметим также, что на формирование французского законодательства существенное влияние оказали общеевропейские документы, заложившие фунда-

мент, на котором строится все региональное и муниципальное развитие Европы. Принятие общеевропейских хартий и конвенций потребовало от законодателя структурной перестройки системы взаимоотношений местных властей с государством и иностранными коллективами. Так, закон № 208–352 от 16.04.2008 г. по укреплению трансграничного, транснационального и межрегионального сотрудничества подтвердил ратификацию Францией Дополнительного протокола № 2 к Европейской рамочной конвенции, закрепившего право местных сообществ заключать соглашения о межтерриториальном сотрудничестве даже с теми партнерами, у которых с ними нет общих границ [15].

Как видим, в начале XXI в. международное сотрудничество, которое осуществляют французские территориальные коллективы в Европе и по всему миру, можно назвать децентрализованным — государству удалось устранить юридические препятствия, мешающие развитию полноценного сотрудничества.

Несмотря на то, что в указанных законах были четко определены субъекты децентрализованного сотрудничества, постепенно все больше и больше участников стали включаться в этот процесс. Например, в реализации мероприятий в сельском хозяйстве участвуют не только местные органы власти, но и такие акторы, как профсоюзы, кооперативы, ассоциации производителей и другие специалисты аграрной отрасли. В сфере экономики инициативу создания децентрализованных проектов сотрудничества взяли на себя профсоюзы, как, например, в программе сотрудничества Французской демократической конфедерации труда с фермерами Коморских островов по производству и маркетингу ванили. Стоит также отметить деятельность ассоциаций мигрантов, например, Форума солидарности международной миграции, позиционирующих себя в качестве важных участников децентрализованного сотрудничества.

Таким образом, французские территориальные коллективы и их ассоциации в содружестве с Национальной комиссией по децентрализованному сотрудничеству, государственными и неправительственными объединениями являются сегодня «сетью сетей», охватывая все континенты и действуя в «один голос» с Организацией Объединенных Наций, бреттон-вудскими учреждениями и Европейским союзом.

Основным инструментом сотрудничества являются двухсторонние соглашения с зарубежными административно-территориальными единицами. При этом, с одной стороны, подписанные соглашения о партнерстве не должны противоречить единой внешнеполитической и дипломатической стратегии Французской Республики. С другой стороны, в соответствии с потребностями партнера соглашения могут меняться в сторону расширения совместных проектов. Так, например, сотрудничество, начатое с «бурения скважины», может перерасти в масштабные действия в области транспорта и управления.

В Атласе децентрализованного сотрудничества, размещенном на официальном сайте министерства иностранных дел Франции, находится исчерпывающая информация о количестве и содержании международных проектов местных властей за последние 30 лет. По данным этого документа, основными партнерами французских местных властей являются страны Европы — 8527 проектов. При

этом 86 % проектов осуществляется коммунами, 5,7 % — межмуниципальными объединениями и примерно по 4 % — регионами и департаментами [4].

Основными партнерами французских коллективов в Европе являются земли и общины ФРГ. Согласно Атласу, на всех этапах франко-германского сотрудничества лидировали проекты в областях культуры, высшего образования, туризма, здравоохранения, занятости, транспорта и экономического развития. Всего же с Германией взаимодействуют 2428 французских территориальных коллективов, с Великобританией — 1102, с Италией и Испанией — 884 и 562 соответственно. Лидерство этих стран выглядит совершенно естественно, поскольку все они являются давними партнерами по Европейскому союзу и граничат с Францией, что облегчает приграничное сотрудничество в форме евро-регионов и евродистриктов. Кроме того, процесс интеграции и децентрализации в странах ЕС тщательно разработан и глубок. Сотрудничество европейских территориальных коллективов и властей обладает всеми необходимыми правовыми, институциональными и финансовыми инструментами. Последнее десятилетие интерес французских местных властей вызывают страны Средней и Восточной Европы — Румыния, Польша, Чехия, Венгрия и Россия.

Среди стран, находящихся за пределами Европы и не входящих в ЕС, можно выделить район, известный как «Приоритетная солидарность», включающий государства, с которыми Франция имеет особые отношения. Прежде всего, это государства, расположенные к югу от Сахары, с акцентом на Сенегал, Мали, Буркина-Фасо и Мадагаскар, а также страны Магриба в Северной Африке и страны Карибского бассейна. В этом регионе активно работают французские коммуны крупных городов, таких как Париж, Марсель и Нант, а также департаменты и регионы.

Следует отметить, что Сенегал занимает особое место во французском децентрализованном сотрудничестве. Франция является крупнейшим донором официальной помощи этой стране — более 130 млн евро. Специальная служба при посольстве Франции — Сотрудничество и культурная деятельность (SCAC) отвечает за культурные мероприятия. Под руководством посла служба участвует в определении направлений французской помощи в Сенегале. В качестве партнеров выступают французские неправительственные организации, профсоюзы, местные органы управления Франции и Сенегала, культурная сеть Сенегамбия — Французский институт Дакара и Сент-Лум и сеть французских альянсов.

При помощи французских коллег в Сенегале создаются учебные центры и медицинские пункты, открываются библиотеки и обучаются кадры для будущих библиотек, строятся приюты для беспризорных детей, решаются проблемы занятости молодежи, создаются веб-сайты, ведется борьба с вырубкой лесов и т. д. Это далеко не полный перечень многочисленных программ, которые можно объединить в две основные области — «Здоровье, образование, обучение и культура» и «Предприятия, ремесла и аграрная сфера». Несмотря на обширность и разнонаправленность сенегальских проектов, все они действуют в одном гуманитарном направлении, связанном с достижением глобальных целей развития.

В странах Азии самыми активными партнерами Франции являются Вьетнам, Китай и Индия. Здесь работают преимущественно французские регионы, реализующие проекты в сферах научно-исследовательского сотрудничества, экономического развития, культуры, образования и обучения. В Северной Америке основными партнерами являются США и Канада, в Южной Америке — Бразилия, Чили, Перу и Аргентина. Франция сотрудничает даже с теми странами, где децентрализация управления находится в зачаточном состоянии, например, с Гаити. Однако французские партнеры настойчивы в стремлении увидеть здесь с течением времени местную демократию. После землетрясения 12 января 2010 г., когда в стране были разрушены все коммунальные службы, Франция в сотрудничестве с организацией Объединенных городов Франции (CUF) участвовала в реконструкции уничтоженного.

Столь широкие по географическому охвату и тематической направленности международные связи французских местных властей позволяют нам выделить в стратегии децентрализованного сотрудничества три основные модели.

Первая модель предполагает равноправное партнерство территорий с развитой экономической, социальной и политической инфраструктурой. К этой модели сотрудничества относятся связи между европейскими и французскими территориальными коллективами, а также коллективами развитых стран за пределами Европы (США и Канада). Данная модель основывается на принципе субсидиарности и в полной мере является децентрализованной, поскольку государствам с помощью общеевропейских структур удалось устранить юридические, институциональные и финансовые препятствия для сотрудничества территориальных коллективов.

Вторая модель реализуется в странах Азии и Латинской Америки, в которых Франция уделяет особое внимание научно-техническим и культурным проектам. В этих регионах приоритет отдается не проблемам выживания, а инновациям, университетскому партнерству, вопросам организации городского управления, устойчивому развитию. Так, например, первое место в списке проектов, реализуемых в Китае, Южной Корее, Вьетнаме, Сингапуре, Пакистане, занимают вопросы научно-исследовательского сотрудничества.

И, наконец, *третья модель*, понимаемая как «школа солидарности», основана на сотрудничестве французских территориальных коллективов с общинами развивающихся стран. Основные проекты здесь связаны с наращиванием потенциала местного самоуправления, развитием сельского хозяйства, организацией систем образования и обучения, сохранением биоресурсов и других сфер, имеющих отношение к достижению Целей развития тысячелетия. Более половины всех финансовых средств, выделяемых местными властями Франции на международные проекты, предназначается для партнеров в развивающихся странах [10].

Отметим еще одно важнейшее направление децентрализованного сотрудничества, не вошедшее в нашу классификацию. Франция, ставшая символом прав человека еще в конце XVIII в., включила вопрос о защите универсальных прав человека и гражданских свобод в децентрализованное сотрудничество. Так, еще в 1998 г. регион Юг-Пиренеи совместно с международной ассоциацией

«Адвокаты без границ» разработал «Программу защиты прав человека» с целью укрепления верховенства закона и расширения доступа жителей Лаоса, Камбоджи, Нигера и других стран Азии и Африки к правосудию. В рамках этой программы планировалось содействовать подготовке свободных и независимых юристов и судей, специализирующихся в области защиты прав человека.

В общественном дискурсе при толковании прав человека преимущественно упоминаются гражданские и политические права. Однако они не находятся в рамках мандата местных общин. В то же время каталог прав человека, закрепленных во Всеобщей декларации прав человека 1948 г., включает еще экономические, социальные и культурные права. Это позволяет местным органам власти говорить о том, что, способствуя сокращению бедности, помогая людям получить более широкий доступ к основным услугам (водоснабжению, медицине, образованию), они защищают права человека. Поэтому параллельно со специальными проектами в области прав человека функционируют более традиционные формы сотрудничества, в которых так или иначе присутствует компонент «прав человека», подкрепленный ссылкой на Цели развития тысячелетия.

Однако очень часто на пути продвижения идеи прав человека встают межцивилизационные противоречия. Так, в партнерстве с китайскими муниципалитетами представители региона Рона-Альпы отмечают, что «вопросы прав человека плохо рассматриваются в рамках сотрудничества». Тем не менее специалисты в области децентрализованного сотрудничества убеждены, что демократические ценности могут быть переданы более тонко, через институциональное партнерство, обмен передового опыта и демонстрацию местной демократии во Франции [7, 27].

Еще одной проблемой, встающей на пути децентрализованного сотрудничества французских коллективов в странах Азии и Африки, является отсутствие необходимой степени самостоятельности у местных партнеров. Как отмечают французские исследователи, «если процесс децентрализации не сопровождается подлинной политической волей центральных властей, чтобы разделить полномочия с местными органами управления», то это препятствует развитию конструктивного сотрудничества [8].

Исследователи отмечают и ряд других неблагоприятных факторов и рисков, снижающих эффективность децентрализованного сотрудничества. Среди них: непрофессионализм персонала, проявляющийся при реализации проектов; тенденция собирать и передавать пожертвования или предоставлять услуги, не соответствующие потребностям зарубежного партнера; недостаточный учет национальной политики развития и обязательств, взятых Францией; отсутствие координации деятельности местных властей с другими субъектами, действующими на территории той или иной страны; незнание экономических интересов французских компаний и, наконец, суммы, которые обречены оставаться незначительными [10]. Вопросы эффективности управления и состояния экономики в странах-партнерах продолжают оставаться основными преградами на пути сотрудничества.

Бернард Уссон в своем исследовании попытался выяснить, почему деньги франко-малайского сотрудничества препятствуют развитию местной политики

перераспределения ресурсов. Все объяснилось довольно просто. Внутри малийской общины вся финансовая поддержка аккумулировалась в руках чиновников, которые использовали денежные средства в своих интересах и в интересах своей этнической группы. Поступая так, они увеличивали неравенство с другими социальными, особенно маргинальными группами. Аналогичная ситуация сложилась и в рамках сотрудничества между французскими и румынскими коммунами, когда французская сторона в течение многих лет не знала, что территория их партнера населена цыганами, которые оставались в стороне от всех услуг, оказываемых в ходе сотрудничества [10]. Таким образом, действия, предпринятые во имя солидарности народов, приводили к увеличению неравенства.

В заключение следует отметить, что в небольшой статье невозможно осветить все многообразие сложного калейдоскопа глобальных связей локальных коллективов. Чрезвычайно важными и интересными представляются вопросы участия граждан в сотрудничестве, уровень общественной поддержки политики международной солидарности коммун, департаментов и регионов. Что возвращается на французскую территорию? Как ответить на обывательский вопрос: «Какую пользу от этих совместных проектов имеют сами французы?» Как осуществляется финансирование столь многочисленных и разноплановых проектов, особенно в развивающихся странах? Чтобы ответить на эти вопросы, требуется дальнейшее изучение и всесторонний анализ децентрализованного сотрудничества французских территориальных коллективов и их властей.

1. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма — ответы на глобализацию / пер. с нем. А. Григорьева, В. Седелника. М., 2001.

2. Доменак Ж. Территориальные коллективы Франции. Н. Новгород, 1999.

3. Allocution prononcée par m. Francois Mitterrand president de la republique a l'occasion de la seance solennelle d'ouverture de la 16ème conference des chefs d'etat de france et d'afrique [Electronic resource]. URL: http://www.rfi.fr/actufr/articles/037/article_20103.asp (accessed: 31.01.2013).

4. Atlas francais de la coopération décentralisée et des autres actions extérieures [Electronic resource]. URL: <http://www.cncd.fr/frontoffice/bdd-monde.asp> (accessed: 28.02.2013).

5. Commission nationale de la Coopération décentralisée — Discours de Laurent Fabius lu par Pascal Canfin — Séance plénière du 29 janvier 2013 [Electronic resource]. URL: actualites-et-agenda-de-la/actualites-21576/actualites-recentes/article/commission-nationale-de-la-104964 (accessed: 20.02.2013).

6. Constitution de la Cinquième République française à jour de la révision constitutionnelle du 23 juillet 2008 [Electronic resource]. URL: <http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/la-constitution/la-constitution-du-4-octobre-1958/texte-integral-de-la-constitution-de-1958.5074.html> (accessed: 31.01.2013).

7. Daunay E., Ploquin Cosi J. F. Coopération internationale des collectivités territoriales: renforcer l'Etat de droit // Cahiers de la coopération décentralisée: L'action internationale des collectivités locales. 2009. № 1. P. 22–30.

8. Djeflat A., Boidin B. Coopération décentralisée et développement durable [Electronic resource] // Developpement Durable et Territoires. 2010. Vol. 1, № 1. URL: <http://developpementdurable.revues.org/8387> (accessed: 28.02.2013).

9. Dusepulchre G. La charte européenne de la coopération en matière d'appui à la gouvernance locale: outil et questionnements pour les autorités territoriales [Electronic resource] //

Developpement Durable et Territoires. 2010. Vol. 1, № 1. URL: <http://developpementdurable.revues.org/8380#article-8380> (accessed: 12.02.2013).

10. *Husson B.* La coopération décentralisée pour le developpement, un facteur de crédibilisation des collectivites du Sud? // Cites Unies France. 2006. P. 207.

11. Livre blanc sur la défense et la sécurité nationale <http://www.defense.gouv.fr/portail-defense> [Electronic resource]. URL: <http://www.cncd.fr/frontoffice/bdd-monde.asp>. (accessed: 21.02.2013).

12. Loi n° 92–125 du 6 février 1992 relative à l'administration territoriale de la République [Electronic resource]. URL : <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006078688> (accessed: 29.01.2013).

13. Loi n° 2005–95 du 9 février 2005 relative à la coopération internationale des collectivités territoriales et des agences de l'eau dans les domaines de l'alimentation en eau et de l'assainissement [Electronic resource]. URL: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT00000628190&dateTexte=&categorieLien=id> (accessed: 17.02.2013).

14. Loi n° 2007–147 du 2 février 2007 relative à l'action extérieure des collectivités territoriales et de leurs groupements [Electronic resource]. URL: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT00000820338&dateTexte=&categorieLien=id> (accessed: 17.02.13).

15. Loi n° 2008–352 du 16 avril 2008 visant à renforcer la coopération transfrontalière, transnationale et interrégionale par la mise en conformité du code général des collectivités territoriales avec le règlement communautaire relatif à un groupement européen de coopération territoriale [Electronic resource]. URL: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000018656025> (accessed: 19.02.2013).

Статья поступила в редакцию 18.03.2013 г.

УДК 339.5(560) + 339.5(410) + 339.5(73) + 94(100)“1939/45” **В. А. Кузьмин**

ТОРГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ ТУРЦИИ С АНГЛИЕЙ, США И ГЕРМАНИЕЙ В НАЧАЛЬНЫЙ ПЕРИОД ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

В статье на основе анализа неопубликованных британских дипломатических архивных документов и новейших трудов турецких историков проанализированы особенности торговых отношений Турции с Англией, США и Германией в первые годы Второй мировой войны.

Ключевые слова: Великобритания, Турция, США, Германия, война, внешняя торговля, сырье, соперничество.

Главными целями торгово-экономической политики Англии, а затем и США по отношению к не участвовавшей в войне Турции было стремление свести к минимуму число поставок турецкого сырья и других товаров для германской военной экономики, а также снабжение Турции необходимым вооружением и

КУЗЬМИН Вадим Александрович — доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой востоковедения Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: kuzmin16@yandex.ru).

© Кузьмин В. А., 2013

другим военным снаряжением, чтобы она смогла стать активным участником войны на стороне союзников. Для того чтобы помешать Германии стать основным получателем стратегического сырья из Турции, Англия, а затем и США приняли программу превентивных закупок [6]. Согласно этой программе, в обмен на покупку союзниками турецкого хрома, другого сырья и продукции Турция должна была существенно ограничить экспорт аналогичных товаров в Германию. Англия начала свою программу закупки турецких стратегических материалов еще в 1940 г., когда инициатива в войне была на стороне Германии.

Англия была одним из главных торговых партнеров Турции во время войны. Статистические данные за 1940 г. показывают, что Англия, наряду с Италией и Румынией, входила в тройку стран-лидеров, в которые Турция экспортировала товары. На Англию приходилось 14 % годового экспорта Турции, на Италию — 16 %, тогда как на Германию только 11 % [5, R4369/1428/44]. Турция экспортировала, прежде всего, продукцию сельского хозяйства и сырье: табак, хлопок, мохер, фундук, изюм, шерсть, хромовую руду, пшеницу, ячмень и инжир [Там же]. Хромовая руда была одним из самых существенных и важных товаров, включенных в английскую программу. Поэтому, чтобы обладать турецкой хромовой рудой, Лондон был вынужден закупать попутно такие товары, как сухофрукты и табак.

В годы Второй мировой войны проблема закупок турецкой хромовой руды оказалась важнейшей. Турецкий историк С. Дерингиль называет этот период экономического соперничества между Англией и Германией «войной за хром» [2, 157]. Хромовая руда была незаменимым сырьем в производстве высококачественной стали и высокопрочной брони. Как Англия, так и Германия стремились обладать турецким хромом, поэтому всячески препятствовали друг другу. Эта борьба за хром воюющих стран была очень выгодна Турции с экономической точки зрения.

Еще в ходе переговоров о подписании англо-франко-турецкого союза в 1939 г. Анкара стремилась связать Лондон долгосрочным соглашением о поставках хромовой руды в Великобританию, но тогда английское руководство отказалось пойти на такой шаг. Однако вскоре после начала войны, в январе 1940 г., соглашение о поставках хрома в Англию все-таки было подписано. Всю добытую в течение двух лет хромовую руду и имевшийся на турецких складах хром (50 тыс. т) Турция обязалась поставить Англии, а также Франции, продажа хрома любой третьей стране допускалась только с согласия последних [1, 139]. Эта оговорка была направлена на то, чтобы, прежде всего, Германия не могла закупать хромовую руду у Турции.

Тем не менее после капитуляции Франции, заключения германо-турецкого договора о дружбе, в условиях, когда почти вся континентальная Европа оказалась под германской оккупацией, в октябре 1941 г. начались германо-турецкие переговоры о поставках хрома. Генеральный секретарь турецкого МИД Н. Менемджиоглу, представлявший турецкую сторону, понимал преимущества того, что Турция является для Германии единственным источником хромовой руды. Но он также понимал, что если переговоры окажутся безрезультатными, это может привести к опасным последствиям для его страны, вплоть до вторжения

германских войск с целью захвата турецких месторождений хромовой руды. Поэтому в ходе переговоров с немцами Менеменджиоглу практически проигнорировал условия подписанного ранее договора с Англией. Когда в Лондоне стало известно о подписании германо-турецкого соглашения по хрому, турецкая сторона объяснила его тем, что поставляемый в Германию хром станет своеобразной формой погашения долгов, которые Турция имела перед Германией. На заключение германо-турецкого торгового соглашения, несомненно, повлияли также сообщения германского правительства об успехах вермахта на германо-советском фронте. В результате по условиям подписанного 9 октября 1941 г. соглашения Турция обязалась экспортировать в Германию по 90 тыс. т хромовой руды в 1943 и 1944 гг. в обмен на германское военное оборудование и снаряжение. Поставки официально должны были начаться в 1943 г., так как с этого времени прекращалось действие вышеупомянутого англо-турецкого торгового договора. Немцы предоставляли турецкой стороне 117 локомотивов и 1250 автодрезин для перевозки хрома [6]. Этот договор был основой германо-турецких торговых отношений в 1942–1944 гг. до того момента, когда союзники принудили Турцию отказаться от него.

Еще до подписания германо-турецкого соглашения Англия и США начали проявлять беспокойство в связи с потенциальной угрозой начала поставок турецкого хрома в Германию. В конце сентября 1941 г. английское правительство получило информацию о том, что Турция собирается поставить Германии 3500 т хромовой руды. Лондон дал знать Анкаре, что его беспокойство ослабнет, если поставки будут ограничены только этим количеством руды. С другой стороны, Лондон с тревогой воспринимал этот факт, опасаясь, что Германия, начиная с требования от Турции чего-то в малых количествах, затем станет настаивать на более крупных поставках руды [5, R3597/170/44].

Договор между Турцией и Германией был негативно встречен как в Англии, так и в США. Особенно резко отреагировали американцы. Американский посол в Анкаре Мак-Мюррей раскритиковал турецкую внешнеполитическую линию. Посол обвинил турецкое руководство в неблагодарности и заявил, что Анкара при первой удобной возможности стремится разорвать любые обязательства. Далее Мак-Мюррей сказал, что английское руководство дало обещание США, что оно сделает все возможное для оказания помощи Турции, если она сохранит преданность союзникам. Англия была сторонницей того, чтобы включить Турцию в программу ленд-лиза [2, 160].

В Лондоне на заключение германо-турецкого торгового соглашения отреагировали более сдержано. На заседании кабинета министров 9 октября 1941 г. министр иностранных дел Великобритании А. Иден сказал, что поставки хрома в Германию — это плохо, однако все могло бы быть гораздо хуже [Там же, 160]. Правительство У. Черчилля достаточно спокойно отнеслось к этому соглашению, понимая, что в данный момент оно не может снабжать Турцию военными поставками в полном объеме.

Турецкое руководство не считало, что идет на риск, подписывая это соглашение, так как взамен получало вооружение из Германии. Англия в условиях сложившейся для нее на тот момент военной ситуации не могла помочь Тур-

ции, несмотря на существовавшие договоренности. Более того, турки успокаивали англичан тем, что хромовые руды, импортируемые в Германию, возвращались в виде оружия, содержащего уже обработанный хром. Англия соглашалась с этим доводом.

Благодаря английскому влиянию, США согласились предоставлять помощь Турции начиная с 1942 г. 4 декабря 1941 г. президент США Ф. Рузвельт, сказав, что защита Турции важна для защиты США, объявил о том, что США окажут Турции помощь в рамках программы ленд-лиза [4, 167]. Однако новое торговое соглашение, заключенное между Турцией и Германией 1 июня 1942 г., снова вызвало негативную реакцию американцев. По условиям этого соглашения Турция обязалась поставить в Германию 45 тыс. т хромовой руды в обмен на оружие.

Тем не менее начатые в Турцию поставки по ленд-лизу продолжались, так как для США важно было сохранить дружеские отношения с Анкарой. Некоторые турецкие историки говорят о том, что эти поставки сделали Турцию более независимой, так как существенную часть их она получала уже не через посредничество Англии, а непосредственно от США. Турецкая сторона стала рассматривать это обстоятельство как козырь, который она могла использовать в случае возможного английского давления на Турцию [3, 702]. Это, в свою очередь, приводило к противоречиям между Англией и США. Во-первых, союзники не могли поставлять в Турцию оборудование и снаряжение в полном объеме из-за ведения ими военных действий против Германии, Италии и Японии. Во-вторых, с начала 1942 г. со стороны турецкого руководства стали раздаваться упреки в адрес Лондона, так как часть американских поставок, предназначенных Турции и пересылавшихся через британскую территорию, оставалась у англичан для их собственных нужд.

Летом 1942 г. был создан англо-американский координационный комитет для решения проблем поставок в Турцию [Там же, 705]. Анкара сообщила комитету о своих потребностях в оружии и снаряжении. Комитет намеревался помочь Турции в расширении портов Мерсин и Искендерун. Наряду с деятельностью созданного комитета США планировали осуществлять поставки напрямую в Турцию до конца 1942 г. [Там же, 706].

Таким образом, на протяжении рассматриваемого периода Турция получала помощь как от союзников, так и от Германии в обмен на поставки хромовой руды. Старания союзников, особенно США, заставить Турцию продавать весь произведенный хром антигитлеровской коалиции не увенчались успехом. Между тем Англия более спокойно относилась к существованию германо-турецких торговых отношений, так как понимала, что не сможет самостоятельно в полной мере обеспечить потребности Турции. Лондон осознавал, что на начальных этапах войны, в условиях военных неудач союзников, Турция, обеспечивая свою безопасность, в большей степени являлась сторонницей Германии. Однако после того как в войне произошел коренной перелом в пользу сил антигитлеровской коалиции, в ее сторону постепенно стали склоняться и симпатии турецкого правительства, стремившегося, в любом случае, к концу войны оказаться на стороне победителей.

1. *Корхмязян Р. С.* Внешняя политика Турции в годы Второй мировой войны // Проблемы истории Турции. М., 1978. С. 137–153.
2. *Deringil S.* Denge oyunu. İstanbul, 2003.
3. *Kocak C.* Türkiye’de Milli Şef Dönemi. Cilt I. (1938–1945). Ankara, 2003.
4. *Olaylarla Türk Dış Politikası.* Ankara, 1982.
5. Public Record office, Foreign office. 424/286.
6. U. S. and Allied Wartime and Postwar Relations [Electronic resource]. URL: www.state.gov/www/regions/eur/rpt_9806_ng_links.html (accessed: 18.05.2012).

Статья поступила в редакцию 26.02.2013 г.

УДК 72.036 + 7.012 + 721.012

Н. В. Койнова

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ В ОРГАНИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЕ ФРЭНКА ЛЛОЙДА РАЙТА

Исследуется генезис концепции Фрэнка Ллойда Райта, американского архитектора конца XIX — первой половины XX в., родоначальника органического направления в архитектуре и дизайне. Отталкиваясь от определений экологической архитектуры, экологически устойчивого дизайна, автор анализирует принципы органической архитектуры Ф. Л. Райта и подробно раскрывает воплощенные данной концепции на примере загородной виллы «Дом над водопадом».

Ключевые слова: экологически устойчивый дизайн, экологическая архитектура, Фрэнк Ллойд Райт, органическая архитектура, целостный подход, «Дом над водопадом».

Сегодня критическая экологическая ситуация в мире заставляет человечество переосмыслить негуманное отношение к окружающей среде, природным ресурсам и сократить сверхпотребление, которое приведет к их деградации. Важный вклад в решение экологических проблем вносят ученые, архитекторы и дизайнеры, разрабатывающие новые технологии, подходы и проекты для устойчивого развития планеты. Проблемы, связанные с человеческими поселениями, всегда касаются вопросов экологии и гармоничных взаимоотношений социума с окружающим миром, поэтому можно предположить, что архитектурой будущего будет являться, прежде всего, экологическая архитектура и экологически устойчивый дизайн.

Большой вклад в развитие экологических идей в архитектуре и дизайне внес родоначальник органического направления Фрэнк Ллойд Райт (Frank Lloyd Wright, 1867–1959) — американский архитектор конца XIX — первой половины XX в., сформировавший концепцию органической архитектуры,

КОЙНОВА Надежда Викторовна — аспирант Уральской государственной архитектурной академии, г. Екатеринбург (e-mail: beautenvk@gmail.com).

© Койнова Н. В., 2012

где за основу берется целостный подход к формообразованию, превращающий здание в неотъемлемую часть окружающей среды.

Цель данной статьи — выявление принципов целостного подхода в органической архитектуре на примере экологических взглядов Фрэнка Ллойда Райта.

Рассмотрение различных аспектов творчества Райта можно провести с опорой на современные определения устойчивого дизайна и экологической архитектуры, что поможет их систематизации.

Устойчивый дизайн (sustainable design — SD) — это философия создания отдельных объектов или же комплексное построение среды, основанное на принципах экономической, социальной и экологической устойчивости. Цель SD — устранить негативное влияние на окружающую среду с помощью умелого, чувственного промысла. Манифест SD включает в себя запрет на использование невозполняемых природой ресурсов, допускает минимальное влияние в процессе производства на окружающую среду и подчеркивает неразрывную связь человека с природой. Эта философия применима повсеместно, начиная от «микрокосма» — проектирования небольших предметов обихода и заканчивая «макркосмом» — проектированием целых городов, формированием среды обитания человека, которая так или иначе изменяет природный ландшафт Земли [7].

В «Словаре архитектурных терминов» экологическая архитектура определяется как «тенденции в зодчестве, особенно ярко выявившиеся в последней трети XX века в связи с движениями в защиту окружающей среды. Для произведений такого рода характерны любовь к “природным” формам, как бы следующим изгибам рельефа, широкое применение естественных, несинтетических материалов, а также берегающих земные ресурсы технологий, типа систем энергоснабжения, работающих на солнце и ветре» [10]. К такому определению современные архитекторы пришли, отталкиваясь от принципов органической архитектуры Фрэнка Ллойда Райта, которые рассмотрены в данной статье.

Для того чтобы лучше представлять эволюцию экологической архитектуры и дизайна, обратимся к истокам, в частности к творчеству американского архитектора-новатора Фрэнка Ллойда Райта (рис. 1). В конце XIX в. Райт предложил концепцию органической архитектуры, где за основу взят целостный подход к формообразованию. «Ее главный постулат утверждал, что отдельные элементы, например предметы мебели, должны визуальнo и функционально вписываться как в интерьер, так и в общую концепцию здания... само здание также должно соотноситься с местностью, где оно построено... через структуру, материалы или цвета» [3]. За свою творческую жизнь архитектор спроектировал и построил 363 объекта. Почти в каждом здании он воплотил свои идеи целостного подхода, где каждый элемент осмыслен и органично вписывается в созданную среду.

В 1890-х гг. Райт увлекся японской культурой, в частности японской архитектурой. Для Райта японский дом являлся высшим образцом того, как при проектировании следует не только устранять ненужное, но и исключать несущественное [8]. Вероятно, это увлечение повлияло на мировоззрение молодого архитектора и стало основой для развития его концепции органической архитектуры, где большое внимание уделяется целостному подходу к зданию

как неотъемлемой части окружающей среды.

Первый период творчества Райта связан с проектированием «Дома Перий» (1900–1917), который принес архитектору мировую известность. Созданные строения в рамках концепции органической архитектуры объединяет простота, целостность, единение с природой. «Простота была основной проблемой в период тех ранних исканий, — писал Райт, — и я вскоре убедился в том, что органичная простота обладает возможностями подлинной взаимосвязи, а красота, которую я почувствовал, соответствует выражению этой взаимосвязи. Убожество — это еще не простота...» [5]. Наиболее яркими примерами этого периода можно считать: дом Уорда В. Уиллитса (Ward Winfield Willits House, Highland Park, Illinois, 1901), дом Артура Хертли в Иллинойсе (Arthur V. Heurtley House, Oak Park, Illinois, 1902), дом Дарвина Д. Мартина (Darwin D. Martin House Complex, Buffalo, New York, 1904–1905), а также собственный дом архитектора «Талиесин» (Taliesin, 1911), который дважды подвергался пожарам, был заново полностью перестроен и переименован в «Талиесин II» и «Талиесин III».

Несмотря на то, что за первое десятилетие XX в. Райт построил более ста зданий в Америке, его идеи в то время не оказали широкого влияния на развитие американской архитектуры в целом и экологического подхода в частности. Однако в Западной Европе после проведения выставки его работ и издания монографии концепция Райта приобрела большую популярность и оказала значительное влияние на развитие рационалистического направления. Идеи Райта повлияли на становление архитектурно-дизайнерских концепций Вальтера Гропиуса, Людвига Миса ван дер Роэ, Эриха Мендельсона, голландской группы «Стиль». С особым энтузиазмом были восприняты идеи Райта о целостности внутреннего пространства зданий и роли новой техники для современной архитектуры. Только в 1930-х гг., после европейского признания, органические идеи Фрэнка Ллойда Райта получили широкую популярность в Соединенных Штатах Америки.

Олицетворением органической архитектуры Райта является загородная вилла Эдгара Кауфмана «Дом над водопадом» (Fallingwater House), построенная в 1939 г. в штате Пенсильвания. При строительстве архитектор стремился к тому, чтобы все деревья сохранились, крупные горные валуны остались нетронутыми, а будущая вилла влилась в пространство естественного ландшафта.



Рис. 1. Фрэнк Лллойд Райт
(источник: <http://media.cmgdigital.com>)

Международную известность «Дом над водопадом» (рис. 2) получил благодаря своему местоположению. Вилла построена в живописном месте, в лесу, над водопадом горной реки «Медвежий ручей». Река проходит насквозь через нижние уровни дома, превращаясь на выходе в великолепный водопад. Экологический и целостный подход Райт применяет на всех этапах строительства данной виллы, начиная с выбора места и заканчивая оформлением интерьера. Сегодня «Дом над водопадом» называют шедевром Ф. Л. Райта, эталоном органической архитектуры и самым красивым и известным домом Америки. С 1966 г. «Дом над водопадом» приобрел статус национального исторического памятника США, а в 1991 г. члены Американского института архитекторов (American Institute of Architects) назвали его «лучшим и непревзойденным произведением национальной архитектуры» [4]. Принципы, использованные Райтом при возведении это-



Рис. 2. Ф. Л. Райт. «Дом над водопадом», 1939
(источник: <http://rapgenius.com/Charles-oakley-ice-sculpting-night-classes-lyrics>)

го, во многом пионерского дома, являются сегодня основополагающими для многих дизайнерских решений.

Рассмотрим основные принципы органической архитектуры Райта на примере данной виллы:

- Архитектура должна образовывать с окружающей средой единое целое. «Связывать здание, как целое, с его участком путем придания ему горизонтальной протяженности и подчеркивания плоскостей, параллельных земле, но не занимать зданием лучшей части участка, оставляя, таким образом, эту лучшую часть для пользования ею, для функций, связанных с жизнью дома; она является продолжением горизонтальных плоскостей полов дома, выходящих за его пределы» [5]. Данная идея помогала интегрировать здания в ландшафт окружающей среды, тем самым создавая впечатление целостности и гармонии пространства в целом. В качестве характерного примера можно представить резиденцию Райта «Талиесин» (рис. 3). В органической архитектуре Райта целое — это то, что само по себе уже характеризует именно природные объекты. Целое — это то, что может восприниматься и оцениваться эстетически.

- Использовать в интерьере принцип целостности. «Не делать комнату коробкой, а дом — другой коробкой, для чего превращать стены в ширмы, ограждающие пространство; потолки, полы и ограждающие ширмы должны переливаться друг в друга, образуя одно общее ограждение пространства,



Рис. 3. Ф. Л. Райт. Резиденция «Талиесин», 1911–1925
(источник: <http://www.svasti.ru/taliesineast>)

имеющего минимум подразделений» [5]. В дизайн дома Райт внедряет максимально широкое остекление, тем самым обеспечивая более экономичное естественное освещение помещения, делая внутреннее пространство интерьера более легким, воздушным и уютным (рис. 4). В доме много застекленных балконов, «во многих местах дома были применены так называемые “прозрачные ширмы”, установленные вместо глухих стен» [4]. Необходимо отметить, что все остекление дома защищено от ярких солнечных лучей. Благодаря этому решению из любой точки помещения раскрывается красивейшая панорама природных видов. Большие стеклянные раздвигающиеся двери консольной части гостиной открывают доступ к лестнице, спускающейся прямо к протекающему внизу ручью. Однако главный вход в здание архитектор намеренно спроектировал вдали от водопада.

- Следующий принцип можно назвать антропоцентрическим, поскольку речь идет об учете человеческих пропорций и сценариев поведения. «Все необходимые проемы, ведущие наружу или внутрь, привести в соответствие с человеческими пропорциями и размещать их в схеме всего здания естественно — то ли в единичном виде, то ли группами. Обычно они выступают в виде прозрачных ширм вместо стен, потому что вся так называемая “архитектура” дома выражается главным образом в том, как эти проемы в стенах группируются по помещениям в качестве ограждающих ширм. Внутреннее помещение как таковое



Рис. 4. В дизайн дома Райт внедряет максимально широкое остекление...
(источник: http://www.archidesignfrom.ru/uploads/posts/2010-05/1274874473_006.jpg)

теперь приобретает существенное архитектурное выражение, и не должно быть отверстий, прорезаемых в стенах, подобно дыркам, вырезаемым в стенках коробки. «Дырявить стены — это насилие» [5]. Фрэнк Ллойд Райт одним из первых ввел идею обильного остекления в архитектуре, однако он стремился к тому, чтобы его постройки внушали ощущение надежности и защиты. Идея состояла в том, что стены, обращенные к улице и на северную сторону, должны быть глухими, с узкой полосой остекления под потолком, а стены, обращенные к саду, к внутреннему двору и на южную сторону, — полностью стеклянные.

- Подобно тому, как объекты живой природы редко состоят из различных форм материи, здание должно стремиться к единству материала. «Исключить комбинирование различных материалов и, по мере возможности, стремиться к применению одного материала в постройке; не применять украшений, не вытекающих из природы материала, чтобы здание яснее выражало собою место, в котором живут, и чтобы общий характер здания четко свидетельствовал об этом» [Там же]. В вилле «Дом у водопада» архитектор органично сочетает природные и искусственные материалы, отдавая предпочтение первым. Чтобы показать красоту фактуры, Райт отказывается от штукатурки стен как снаружи, так и внутри помещения, а для смягчения суровости камня и бетона дизайнер применяет деревянную обшивку. Камин в гостиной комнате сделан из валунов, которые были найдены на данном участке при строительстве дома (рис. 5). Валуны гармонично объединены с выступом скалы, которая проходит через всю гостиную и является элементом пола. Пол сделан из камней и отполирован. Все фасады здания выдержаны в светлых пастельных тонах. Данная комбинация тесно связывает внутреннее пространство помещения с окружающей средой.

- Отсутствие лишних элементов, целесообразность решения, возможная минимизация коммуникаций тоже являются принципами органической архитектуры. «Совмещать отопление, освещение, водоснабжение со строительными конструкциями так, чтобы эти системы стали составной частью самого здания. Элементы оборудования при этом приобретают архитектурное качество: здесь также проявляется развитие идеала органической архитектуры» [Там же]. В доме нет подвесных люстр и светильников, как и в других постройках Райта, здесь используются встраиваемые, невидимые источники искусственного освещения интерьера. Спрятав радиаторы и трубы под пол, архитектор тем самым освободил внутреннее пространство помещения. Данная технология была не только экономичной, но и гигиеничной.

- Сказанное выше касается и мебели, которая не рассматривается в качестве самостоятельной величины. «Совмещать с элементами здания, насколько это возможно, предметы обстановки, как элементы органической архитектуры, делая их едиными со зданием и придавая им простые формы, соответствующие работе машины. Снова прямые линии и прямоугольные формы» [Там же]. В проектах Райта вся мебель была встроенной: диваны, кровати, столы, шкафы, книжные полки, за исключением стульев. Мебель являлась элементом архитектуры, разрабатывалась в чертежах и внедрялась в процессе строительства как часть здания.



Рис. 5. Чтобы показать красоту фактуры, Райт отказывается от штукатурки стен как снаружи, так и внутри помещения... (источник: <http://livingspace.com.ua/wp-content>)

- «Исключить работу декоратора. Если он не привлечет на помощь стили, то уж обязательно будет применять “завитушки и цветочки”» [5]. В начале XX в. архитектура и дизайн интерьера еще не были дифференцированы, поэтому многие архитекторы, в том числе и Райт, брали на себя большую часть работы: и проектирование здания, и разработку интерьера, и изготовление мебели. Как и во многих своих проектах, Райт не ограничился лишь проектированием дома, почти все предметы интерьера: ковры для гостиной, столы, шкафы, стулья, лампы — были созданы по его эскизам. Широкое применение дерева и камня в отделке помещений, мебель, изготовленная из натурального дерева и клееной фанеры, обилие ковров и тканей, карнизы большого выноса и теплая, мягкая тональность создавали впечатление «кровя» и домашнего уюта.

- «Уменьшать до минимума число необходимых частей здания и число отдельных комнат в доме, образуя целое как замкнутое пространство, подразделенное таким образом, чтобы целое было пронизано воздухом и свободно просматривалось, давая ощущение единства» [5]. Первый этаж «Дома над водопадом», выполняющий функцию комнаты для гостей, представляет собой единое цельное пространство, разделенное на различные зоны при помощи мебели, создает чувство легкости, воздушности и внутреннего комфорта (рис. 6).

- Учитывать индивидуальные и психологические особенности жителей каждого дома, создавая комфортные условия для их проживания. Архитектор считал, что жилой дом должен быть для человека домом и кровом в глубоком смысле, а не просто местом для ночлега и защитой от внешних условий. «Дом... должен быть необходимым материальным оформлением жизненных процессов, должен «соответствовать жизни», а не быть «коробкой, в которую втискивается жизнь»», – утверждал Райт [1].

На протяжении всей своей 70-летней деятельности Фрэнк Ллойд Райт разрабатывал и внедрял в теории и на практике концепции органической архитектуры, уделяя основное внимание духовным потребностям человека, его внутреннему миру, его представлениям о природе, культурному наследию, социальной психологии. Сочетая последние достижения научно-технического прогресса с традициями, архитектор делал акцент на неразрывной связи человека с природой [6]. Архитектору была чужда эстетика техницизма, утверждающая превосходство машины над человеком. Человек и его духовные потребности являлись основой творческого кредо Райта. Он был против городского урбанизма, призывая к возвращению к природе. Родоначальник органического направления в архитектуре и дизайне, Фрэнк Ллойд Райт старался не только внедрять свои идеи в практической деятельности, но и делиться ими на страницах различных журналов и книг. В 1949 г. свои наиболее значительные концепции Райт отразил в книге «Ф. Л. Райт об архитектуре». Лучшими трудами Фрэнка



Рис. 6. Первый этаж представляет собой единое цельное пространство... (источник: http://pozitif.ucoz.org/_pu/0/45102109.jpg)

Ллойда Райта являются «Автобиография» (1932), «Органичная архитектура. Архитектура демократии» (1939).

В настоящее время почти в каждом американском доме можно найти что-то от идей Райта.

Выводы

Сегодня экологическая архитектура и экологически устойчивый дизайн становятся ответной реакцией на мировой экологический кризис. Только гуманное отношение общества к окружающей среде и рациональный подход к природным ресурсам позволят человечеству предотвратить истощение планеты Земля и грядущие катастрофы. Фрэнк Ллойд Райт был одним из первых архитекторов, кто обозначил эту проблему и на примере концепции органической архитектуры продемонстрировал пути ее практического решения, что в дальнейшем оказало большое влияние на развитие органического направления в архитектуре и дизайне во многих странах. Принципы целостного подхода в органической архитектуре, выработанные Райтом, широко применяются современными архитекторами и дизайнерами в экологически устойчивой архитектуре. Основываясь на концепции Райта, теоретики архитектуры выдвигают новые определения и принципы «зеленой архитектуры», наиболее актуальные в условиях развития современного общества и научно-технического прогресса.

1. Архитектор Фрэнк Ллойд Райт [Электронный ресурс] // Albergo Concepting design & architecture. URL: <http://www.buro-albergo.com/index.php> (дата обращения: 08.11.2012).

2. Быстрова Т. Ю. Направления и проблемы развития «устойчивого» дизайна [Электронный ресурс] // Акад. вестн. УралНИИпроект РААСН. URL: <http://www.uniir.ru/index.php/journal> (дата обращения: 25.12.2012).

3. Бхаскаран Л. Органический дизайн. Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре. М., 2009.

4. Дом над водопадом [Электронный ресурс] // Википедия. URL: ru.wikipedia.org/wiki/Дом_над_водопадом (дата обращения: 20.12.2012).

5. Органическая архитектура [Электронный ресурс] // Справочник по архитектуре и проектированию. URL: <http://arx.novosibdom.ru/node/484> (дата обращения 02.11.2012).

6. Творчество Ф. Л. Райта. Основные работы и творческие концепции [Электронный ресурс] // ArtArchitect.Ru. URL: <http://www.artarchitect.ru/arts-910-9.html> (дата обращения: 17.11.2012).

7. Устойчивый дизайн [Электронный ресурс]. URL: http://lowfatwear.com/?page_id=81 (дата обращения: 13.01.2013).

8. Фрэнк Ллойд Райт [Электронный ресурс] // Биографии знаменитых людей. URL: <http://biopeoples.ru/architectors/page,2,291-frjenk-llojjd-rajit.html> (дата обращения: 08.11.2012).

9. Что такое «зеленая архитектура» [Электронный ресурс] // Архитектурные сезоны. URL: <http://www.archiseasons.ru/2011/04/25/chto-takoe-zelenaya-arhitektura/> (дата обращения: 10.01.2013).

10. Экологическая архитектура [Электронный ресурс] // Словари и энциклопедии на Академике. UPN: <http://architect.academic.ru> (дата обращения: 17.12.2012).

11. Wright F. L. An organic architecture. The architecture of democracy. L., 1939.

Статья поступила в редакцию 22.02.2013 г.

УДК 008 + 930.85 + 17.023.36

Е. И. Мартынова

Л. А. Шумихина

**ДВУСТОРОННОСТЬ КАК СУЩНОСТНАЯ
ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССА АККУЛЬТУРАЦИИ
(на артефактах художественной культуры и письменности Киевской Руси)**

На артефактах храмового зодчества, иконописи и письменности Киевской Руси анализируется процесс взаимовлияния культур Византии, Болгарии и Руси после христианизации последней. Впервые предлагается рассмотреть аккультурацию с точки зрения двусторонности, что позволяет увидеть новые грани взаимодействия разных культур.

Ключевые слова: аккультурация, художественная культура, письменность, двусторонность аккультурации, сущностная характеристика.

В конце XX в. категориальный аппарат культурологии дополняется новым понятием «аккультурация». Учитывая, что в современном научном информационном поле немало слов-«пустышек» и слов-«двойников», попытаемся осмыслить методологическую значимость категории «аккультурация» на историко-культурном материале, достаточно глубоко исследованном без употребления термина «аккультурация» в XIX–XX вв.

Анализируя диалог культур Византии, Болгарии и Древней Руси, такие признанные современной наукой исследователи, как Д. С. Лихачев, В. Н. Лазарев, Ю. М. Лотман, В. В. Бычков, пользуются понятиями «влияние», «взаимовлияние», «взаимодействие», «соединение». Три последних понятия предполагают не простое заимствование культурных образцов у культуры более развитой, а нечто большее. Что же? Если термин «аккультурация» позволяет увидеть какие-либо новые грани диалога культур, т. е. способствует приращению предыдущего знания о предмете исследования, то введение его в научный оборот имеет смысл, если нет — частое употребление его в культурологии не имеет научной значимости и является всего-навсего следованием «моде».

В американской культурной антропологии XX в. понятие аккультурации имело весьма ограниченный смысл: его очень часто отождествляли именно с заимствованиями культурных образцов. Несколько более широкое толкование термина было предложено Р. Л. Билзом. В качестве аккультурации им рассматривается целый комплекс процессов, происходящих при заимствовании новых культурных элементов и реорганизации старой культуры. Р. Л. Билз придерживается определения аккультурации, данного еще в первой половине XX в. М. Херсковичем, Р. Редфилдом и Р. Линтоном: «Аккультурация охватывает собою те

МАРТЫНОВА Елена Ивановна — преподаватель философии Алданского политехнического техникума, г. Нерюнгри (e-mail: protection.2011@mail.ru).

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

© Мартынова Е. И., Шумихина Л. А., 2013

явления, которые возникают в результате вхождения групп индивидов, обладающих разными культурами, в непрерывный непосредственный контакт, вызывающий последующие изменения в изначальных культурных паттернах одной из групп или их обеих» [1, 348–349]. Приведенное определение, на наш взгляд, изначально ставит проблему двусторонности аккультурационного процесса. В нашем исследовании понимание двусторонности относится именно к механизму взаимодействия паттернов разных культур, вступивших в диалог. Р. Л. Билз, модифицируя приведенное определение, лишь подводит под аккультурацию те случаи, когда представляется возможным зафиксировать передачу культуры при помощи этноисторических методов.

В рамках данного определения аккультурация должна рассматриваться как двусторонний процесс, оказывающий воздействие на обе группы, находящиеся в контакте. Впоследствии определение было модифицировано путем добавления: «Аккультурацию следует отличать от... ассимиляции, которая иногда является одной из фаз аккультурации» [Там же, 351–352]. Необходимо признать, что в настоящее время значительный пласт исследований с легкостью попадает под категорию аккультурационных из-за недостаточной научной обоснованности двойственности процесса аккультурации.

Дошедшие до наших дней свидетельства о культуре Киевской Руси хотя и немногочисленны, но достоверны. Это позволяет в нашем исследовании обращаться к ним как к подлинным информационным источникам об образах культуры этой эпохи. Заметим сразу, что, ставя вопрос о двусторонности аккультурации, мы будем иметь в виду не культуру Византии в целом и не всю древнерусскую культуру и их культурный диалог, а культурные образцы обеих культур, представляемые в их конкретных формах (иконопись, храмовое зодчество, письменность, церковно-государственный церемониал). Для обоснования характеристик аккультурации как двустороннего процесса обратимся к исследовательскому материалу. Как показано в трудах В. Н. Лазарева, образцы византийской письменности и художественной культуры синтезировались и перерабатывались русским народом в уникальные самобытные духовные шедевры. В связи с его исследованиями принято считать, что «культура-реципиент» (Древняя Русь) обратилась к «культуре-донору» (Византии) — самым высоким, наиболее сложным и изысканным образцам культуры рассматриваемого нами периода (IX–XII вв.). Поэтому элементы византийской культуры постепенно вошли органической составной частью в древнерусскую культуру, «обаяние византийской культуры, византийского искусства было столь велико, что трудно было ему не поддаться» [6, 221].

Стала общепринятой точка зрения, что менее развитая культура изменяется намного больше, чем развитая, поэтому Киевская Русь подвергла византийские образцы активной переработке, глубокому переосмыслению в соответствии с духовными запросами древнерусского общества. И этот полутысячелетний диалог, продолжавшийся вплоть до падения Византии, стал для культуры Руси своеобразной установкой на последующее самосовершенствование. Безусловно, роль Византии в развитии культуры Руси после христианизации трудно переоценить. Однако отметим, что влияние это не было односторонним. В резуль-

тате смешения разных культурных традиций образовался принципиально новый культурный синтез. Классический пример в этом отношении — древнерусская икона.

Иконопись была естественной формой проявления религиозной стратегии и впитала сам дух русского христианства, и если Византия «богословствовала словом», то Древняя Русь «богословствовала образом» (П. А. Флоренский). Религиозный опыт Руси существенно отличался от опыта Византии. Неоднократно отмечалось, что вместе с православием Византия подарила Руси и свой живой творческий дух, который, воссоединившись со своеобразием русской души и самобытностью мировосприятия русских, в дальнейшем подверг переработке византийские образцы, что и привело к возникновению русского уникального духовного феномена. Таким образом, не на земле древней Византии, а уже на земле восточных славян традиционные элементы византийского иконописания подверглись переосмыслению.

Проявление такого феномена можно зафиксировать уже в первом по времени русском иконографическом сюжете — иконе Софии Премудрости Божией. Символ Софии, по мнению П. А. Флоренского, — первый символ русского духа сделался сущностью младенческой Руси, воспринявшей православие, а вместе с ним — и щедроты культуры умирающей Византии. Если София, в понимании греков, по преимуществу — предмет созерцания, то наши предки «прилепились душою к подвигу и к непорочности, возлюбили чистоту и святость отдельной души. И тогда София повернулась к их сознанию другой своей гранью, аспектом целомудрия.... аспектом духовного совершенства и внутренней красоты» [14, 389].

Софийность, олицетворяющая душевную чистоту, святость и духовное совершенство, в процессе христианизации Руси становится идеалом новой нормы жизненных отношений, а существенный элемент православной византийской культуры в «обрусевшем» варианте становится явлением культуры Руси.

Имея в виду не только влияние культуры Византии на Русь, но и некий симбиоз культур, Д. С. Лихачев употребляет термин «соединение»: «Произошло соединение с культурой Византии, наиболее передовой страны того времени. Причем это произошло, когда византийская культура переживала пик своего расцвета IX–XI веков» [7, 51]. Но все же и «соборное единство как грядущий мир Вселенной, объединяющий и ангелов, и человек, и всякое дыхание земное» [13, 12], а не только софийность становятся великой духовной идеей, объединившей и возродившей Русь и впоследствии, в XV в., ставшей основной идеей русской иконы. Русская соборность, впервые открывшаяся миру в новом иконографическом сюжете иконы «Троица» А. Рублева, — это свидетельство культурной самоидентификации Руси, итог аккультурации в диалоге двух культур. Мы употребим здесь термин «аккультурация», а не «взаимовлияние», как принято, потому что в результате переосмысления происходит наложение традиций разных культур, синтез и их трансформация. Подобное мы видим в проявлениях и других форм культуры Древней Руси. Пример тому — храмовая архитектура. После христианизации начинается расцвет храмового зодчества: «Необычайный расцвет виден уже по строительству Софии в Киеве. Это до сих

пор центральное архитектурное сооружение в городе. А вспомним полоцкую Софию. Это тоже центральный храм в Полоцке. И новгородский храм Софии. Сколько бы небоскребов не построили рядом, София будет оставаться центром Новгорода. Если только это будет Новгород, а не какой-то другой, чужой нашей культуре город. ...повсюду возникают храмы, равных которым у соседей по размерам и по красоте не было...» [7, 52]. Архитектура эпохи Ярослава Мудрого (1019–1054) знаменательна не только идеей равновеликости Руси и Византии (Софийские соборы в Киеве, Новгороде, Полоцке; Золотые ворота в Киеве, Владимире), но и неудержимым стремлением создавать свои собственные центры книжности, церковности, искусства.

Храмы во многом определяли облик ансамбля древнерусского города. Некоторые каменные храмы сохранились до наших дней, но большинство храмов Древней Руси были деревянными. В связи с их недолговечностью и вопрос о конкретном облике деревянных храмов пока остается открытым. В ключе нашей проблемы ни иконографические источники, ни летописные материалы, ни археологические открытия не позволяют сегодня прийти к однозначному выводу о специфике архитектуры деревянных храмов той поры. К примеру, в начале XX в. считалось, что архитектура древнерусских деревянных храмов полностью самобытна. Однако к середине XX в. на основании тех же источников утвердилось мнение о влиянии каменной византийской архитектуры на сложение деревянных храмов Древней Руси. Одним из древних устоявшихся типов деревянного храма была «крестчатая церковь». А. И. Некрасов увидел в этом типе «шаблонный византийский рисунок» [9, 244]. Делались ли деревянные храмы по «византийскому шаблону»? Судя по содержанию рукописей XIV в., влияние Византии очевидно. К примеру, в рукописи XIV в. «Сказание о святых Борисе и Глебе» изображены четыре деревянных храма в Вышгороде. И в одном из них — «крестчатой церкви» видно некое сходство с византийскими образцами [2, 62–63].

Итак, несмотря на многие заимствования из Византии, русские зодчие развивали и собственное самобытное творчество. Например, традиционно считается, что в постройке Десятиной церкви (первой каменной церкви) уже проявились такие не характерные для Византии черты, как многокупольность и пирамидальность. Дело в том, что эти архитектурные особенности — чисто русское наследие деревянного зодчества, впоследствии воплощенное в каменное строительство. Просто шел двусторонний процесс заимствований. К середине XII в. византийские композиционные приемы оказались уже полностью переосмыслены и переработаны. Отличительной особенностью древнерусского зодчества явился особый подход к символике и архитектурному образу храмового верха. Именно в многоглавии воплощена идея соборности древнерусской культурной идентичности как внутреннего единства людей, обретенного в результате совместной литургической жизни. Для многоглавых храмов (имеющих более пяти верхов-глав) большое значение имела числовая символика, в которой был заключен главный смысл духовной идеи данного храма.

Влияние Византии на становление христианской культуры Руси проявилось не только в храмовой архитектуре, но и во внутреннем убранстве храма, художественно-стилевых решениях росписей. Росписи в русско-византийском

стиле имеют ряд вариаций, что также свидетельствует о двусторонности процесса аккультурации [5].

Вплоть до конца XIV в. еще очевидно влияние Византии в иконописании. Но в конце XIV в. преобразуется, становится иным (не греческим) даже лик Христа («Спас» А. Рублева), переосмысливается византийская иконография. И в то же время со времен древности до наших дней сохранились практически неизменными иконографические типы изображения Богородицы, пришедшие на Русь из Византии: Оранта (Молящая), Одигитрия (Путеводительница), Елеуса (Милующая). Однако последняя хотя и подарила Руси тип «Умиление», но вскоре здесь появляется великое множество чудотворных и явленных икон Богородицы этого типа: Владимирская, Смоленская, Донская, Иверская, Казанская и др. О русской интерпретации говорит уже само название икон. В православном календаре только в июле установлены празднования в честь икон Богоматери более 15 типов иконографии [3, 495], специфика которых была рождена уже культурой Древней Руси.

Русь не просто училась у Византии, отбирая в художественной культуре лучшее из чужеземного, она подходила к этому отбору с точки зрения собственного духовного опыта, с позиций ценностного мира собственной культуры. Особую значимость играла здесь красота как высшая духовная ценность. Красота и ценность материалов, художественное мастерство имели значимость и в восприятии христианских святынь. В Древней Руси так же, как и в Византии, практически вся церковная утварь — престолы, кивории, кресты, ковчеги, сосуды, облачения (шелка и золочения относились в эпоху Средневековья к драгоценностям), оклады Евангелий и икон — делалась с применением драгоценных материалов, так как христианские святыни человек Средневековья относил к категориям священного, а значит — драгоценного [12, 4]. Церковная же красота рассматривалась как одно из свидетельств божественной истины, красоты Божьего смысла мира. По-видимому, с этим обстоятельством и было связано соединение государственного и церковного церемониала, порой трактуемое как специфика культуры Древней Руси, в то время как первоначально это было свойственно византийскому двору.

Например, в трактате византийского императора Константина Багрянородного «О церемониях византийского двора» (X в.) описан прием русской княгини Ольги (946 г. или 957 г.), который, по сути, был театрализованным представлением, прекрасно художественно оформленным. Оформлению церемониала Русь тоже училась у Византии.

Необходимо отметить двойное воздействие на культуру Киевской Руси, проявившееся в таком феномене, как письменность, а также художественном оформлении книг, поскольку «загоревшиеся от византийского факела южнославянские культуры уже вступили в стадию активного создания собственных текстов и Русь получила как бы двойной их поток» [8, 233]. Этот двойной поток был, по сути, соперничеством во влиянии Византии и Болгарии на культуру Руси. По мнению Ю. М. Лотмана, это «соперничество» и привело к расцвету собственной уникальной русской культуры. Но ответа на вопрос, почему это привело к расцвету, у Ю. М. Лотмана не находим.

Найти ответ помогают исследования Д. С. Лихачева: «Я думаю, Русь так быстро включается в мировую культуру потому, что была богатейшая основа в виде фольклора, в виде развитой правовой системы: “Русская Правда” создана, очевидно, до христианизации Руси. Почва была подготовлена еще великим путем “из варяг в греки”. И христианство идет именно по этому пути» [7, 52].

Итак, по мнению Д. С. Лихачева, Древней Руси позволяют участвовать в развитии мировой культуры не только богатейшая духовная основа ее собственной культуры в виде фольклорных традиций, но и развитая политическая и правовая культуры. И Русь на равных вступает в диалог не только с Болгарией, но и с великой Византией. Древняя Русь, принявшая христианство после южнославянских стран, получила большие преимущества по сравнению с ними для развития своей собственной письменной культуры. Данные преимущества проистекали из особенностей языкового влияния в процессе христианизации. Если в южные славянские земли при отсутствии собственной письменности церковная литература поступала из Византии на чуждом языке, то ко времени крещения Руси на славянском языке уже сложился «тот фонд славянских книг, которые составляли эстетические и этические ценности, а также содержали научные знания» [8, 232]. Механизм аккультурации в случае с болгарским влиянием как передаточного звена христианской культуры Византии сыграл специфическую роль не только в формировании культурной идентичности Древней Руси, ее своеобразия, но и в изменении образцов как византийской, так и болгарской культур уже на русской почве. В процессе аккультурации по отношению к Руси Болгария несла двойное посредничество и являлась передаточным звеном, в том числе и античных просвещенческих традиций, так как нельзя исключить возможности приезда на Русь на протяжении IX–XII вв. болгарских книжников (из Охрида) в свите греческих иерархов Киевской митрополии, поскольку такие славянские спутники греческих иерархов осуществляли связи на неофициальном уровне [10, 170–176].

Тексты позволяют судить о том, что на рубеже IX–X вв. в развитии славянской письменной традиции активное участие принимали Климент Охридский, Наум, Константин Преславский, а также книжники из местной болгарской среды. Например, Константин Преславский, используя тексты знаменитого византийского проповедника Иоанна Златоуста, создал свое «Учительское Евангелие» как цикл проповедей на тексты Евангелия, читающихся во время воскресной службы [4, 34–47], тем самым болгарский священник получил важнейшее пособие для толкования и объяснения пастве тех текстов Евангелия, которые были переведены Кириллом и Мефодием. В этом жанре работал и Иоанн Экзарх, о чем свидетельствует сохранившийся текст его «Слов» [11, 275–282; 329–330], поскольку проповедь должна была способствовать не только исправлению пороков, но и внедрению в сознание людей хотя бы общих представлений о новом, ранее неизвестном христианском учении. Методы обращения Иоанна Экзарха с материалом, избранным для создания его компиляций, не только подтверждают хорошую ориентацию славянских книжников в византийских религиозных традициях, но и свидетельствуют о двойном воздействии аккультурационного процесса на Киевскую Русь, включая и южнославянские культуры.

Восточная церковь, в отличие от западной церкви, разрешала богослужение на родном языке. Благодаря этому религиозная стратегия Руси (избрание Русью православия) имела огромный лингвистический смысл: богослужебная и церковная литература шла от южного славянства (из Болгарии) на языке, понятном на всей Руси. У южных же славян при принятии ими христианства этого не наблюдалось, так как Кирилл и Мефодий тогда только создавали славянскую азбуку. Таким образом, на первый взгляд не столь существенное для хода христианизации различие сыграло огромную роль в развитии русской письменности как уникального духовного феномена. В результате в процессе аккультурации в Древней Руси развивалась как переводная, так и оригинальная литература (летопись, житие, слово). Например, Нестору-летописцу принадлежит авторство всех трех первых дошедших до нас житий: двух житий первых христианских мучеников — князей («Сказание о Борисе и Глебе») и Житие Феодосия Печерского — основателя Киевской лавры. Среди писателей данного жанра (агиографической литературы) были известны также Епифаний Премудрый и Пахомий Логофет. Создание в 1037 г. Ярославом Мудрым первой на Руси библиотеки способствовало дальнейшему развитию самобытной письменной традиции.

Общеизвестно, что в основание русской письменности и литературы изначально был положен общий «славянский» язык, который в русской научной традиции называется старославянским, а в болгарской — староболгарским. Создатели этого языка Кирилл и Мефодий, а также их ученики называли его «словенским» (т. е. славянским), а «словенский язык (народ) и русский одно есть» [15, 48].

Итак, Древняя Русь, после христианизации одновременно включенная в сферу культурного диалога с Византией и Болгарией, в ситуации выбора, исходя из собственных богатейших духовных основ культуры, не выбирает византийскую или болгарскую культуру, а обретает собственную культурную идентичность, учитывающую образцы обеих культур, но при этом древнерусская культура не становится культурой-реципиентом. В результате аккультурационного процесса эти образцы получают «зановорождение» на русской почве, в измененном, переработанном варианте. А благодаря двусторонности процесса аккультурации византийская культура продолжала жить и развиваться уже на Руси и после падения Византии.

Подводя итог сказанному, попытаемся обозначить контуры того взаимовлияния культур Византии, Болгарии и Руси, которые можно назвать аккультурацией. Знакомство с чужой культурой породило уникальные образцы своей собственной отечественной культуры. Русь, воспринявшая высокодуховные артефакты византийской культуры как непосредственно, так и опосредованно через болгарскую культуру, впитала и переработала их в соответствии со своими духовными запросами, все это обусловило небывалый всплеск самобытного творчества, воплощенного в художественной культуре и письменности. Ответ же на вопрос, почему в глубине русской духовности развивались исконные культуротворческие силы, порождавшие на основе византийских образцов собственные уникальные творения культуры, может быть получен в результате осмысления

этого явления как процесса аккультурации, модальной (сущностной) характеристикой которого является двусторонность.

Таким образом, мы попытались вывести понятие «аккультурация» за пределы устоявшегося в научном мире мнения. Необходимо отметить, что методологическая значимость данной категории намного шире, чем синтез, взаимовлияние и взаимодействие, поскольку она вылилась в интеграцию культуры как рождение непосредственно нового качества, новой культурной идентичности, что и произошло в Киевской Руси в IX–XII вв.

Итак, рассмотрение аккультурации в аспекте двусторонности как ее сущностной характеристики позволяет дополнить традиционно устоявшуюся историко-культурную картину прошлого, а в нашем исследовании — уточнить некоторые артефакты культуры Киевской Руси. Полагаем, представляет особый научный интерес проверка этого методологического подхода и в отношении диалога современных культур. Рассмотрение процесса аккультурации в ключе двусторонности позволяет и в XXI в. высветить новую грань культурного диалога и поставить вопрос о способах и механизмах взаимовлияния в различных формах контактирующих культур, которые могут привести к трансформации культурной идентичности и даже ее «зановорождению».

-
1. *Билз Р. Л.* Аккультурация // Антология исследований культуры. Т. 1 : Интерпретации культуры. СПб., 1997. С. 348–370.
 2. *Борисевич Г. В., Янин В. Л.* Элементы застройки городов // Древнерусское градостроительство X–XV веков. М., 1993. С. 55–67.
 3. *Еремича Т. С.* Мир русских икон и монастырей: история, предания. М., 1998.
 4. *Зыков Э. Г.* О литературном наследии Константина Преславского // Старобългарска литература, 1978. София, 1978. Кн. 3. С. 189–211.
 5. *Кривошеина Н. В.* Храмовая декорация Вятки: иконографические программы и художественно-стилевые решения росписей : автореф. дис. ... д-ра искусствovedения. Екатеринбург, 2012.
 6. *Лазарев В. Н.* Распространение византийских образцов и древнерусское искусство // Лазарев В. Н. Византийское и древнерусское искусство : статьи и материалы. М., 1978. С. 222–226.
 7. *Лихачев Д. С.* Роль крещения Руси в истории культуры отечества // Лихачев Д. С. Русская культура. М., 2000. С. 51–65.
 8. *Лотман Ю. М.* Проблема византийского влияния на русскую культуру в типологическом освещении // Византия и Русь. М., 1989. С. 229–236.
 9. *Некрасов А. И.* Очерки по истории древнерусского зодчества XI–XVII вв. М., 1936.
 10. *Рыков Ю. Д., Турилов А. А.* Неизвестный эпизод болгаро-византийско-русских связей XI в. (киевский писатель Григорий Философ) // Древнейшие государства на территории СССР : материалы и исслед. М., 1984. С. 170–176.
 11. *Стара българска литература. Ораторска проза : в 2 т. София. 1982. Т. 2.*
 12. *Стерлигова И.* Византийские святыни и драгоценности московских государей // Наше наследие. 2010. № 93–94. С. 2–23.
 13. *Трубецкой Е. Н.* Умозрение в красках // Трубецкой Е. Н., кн. Три очерка о русской иконе. Новосибирск, 1991. С. 5–36.
 14. *Флоренский П. А.* Столп и утверждение истины // Соч. : в 2 т. М., 1990. Т. 1 (1).
 15. *Шелементьев Г. С.* Аз Буки Веди. Екатеринбург, 2011.

Статья поступила в редакцию 6.03.2013 г.

УДК 159.923 +316.462 +316.6

Ю. А. Ермаков

ТЕНЕВАЯ ЛИЧНОСТЬ В ПОЛИТИКЕ И КУЛЬТУРЕ: КОЛЛИЗИИ ТАЙНОЙ ВЛАСТИ

В статье опровергается расхожее мнение о том, что «тьень» является исключительно визуальным свойством физического мира. Утверждается, что она незримо присуща и личности самого человека, а многообразии ликов «тени» генерируется динамикой, масштабом и многообразием общественных отношений, в которых сам человек деятельно участвует. Выдвигается предположение, что тень может не только сделать человека ущербным и нежизнеспособным, но и содействовать полноценности и плодотворности его жизни.

Ключевые слова: человек, тень, Другой, homo consumens, рыночный индивид, гомо советикус, генерализация тени, деформация и обновление личности.

С тенью мы встречаемся каждый день, особенно когда солнце клонится к закату и на землю опускается тьма. Как физическое явление она для нас привычна, и мы вспоминаем о ней подчас лишь в метафорах: «царство теней», «теневая экономика», «теневая политика», имея в виду нечто неясное, зыбкое, нетранспарентное.

Между тем метафора тени обозначает не только смутные образы и визуальные отношения между человеком и внешним миром. В мировой культуре и искусстве этот метафорический образ выполняет множество функций, важнейшая из которых — исследовательская, познавательная, позволяющая раскрыть многообразие невидимого мира, окружающего человека и подчас управляющего его сознанием и поведением.

Так, в народном фольклоре тени — призраки людей умерших, а дьявол нередко именуется «повелителем теней подземного царства», где страдают

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

вечные души порочных людей. Знаменитые метафорические образы «тени отца», сопровождающей всюду шекспировского Гамлета, а также «тень» в одноименной сказке Г. Х. Андерсена уже раскрывают нам не только нецелостность, раздвоенность человеческой личности, но и угрожающий и даже враждебный по отношению к человеку характер его тени. В этих художественных произведениях тень является в деспотическом обличье, она диктует своему, казалось бы, хозяину-первоисточнику, как и что ему в жизни делать. При этом давление тени не является благотворным, она скорее толкает героев Шекспира и Андерсена на путь зла — на убийство и погибель.

Вместе с тем роль тени в жизни человека не исчерпывается расщеплением его личности или незримым командованием его жизнедеятельностью. В «Маленьких трагедиях» А. Пушкина она в лице черного человека повсюду преследует Моцарта («как тень он гонится»), напоминая ему о взятом обязательстве написать «Реквием». Однако из пушкинского текста становится очевидно, что преследующий Моцарта черный человек выполняет и функцию пророческого предчувствия неминуемой гибели главного героя, поскольку сочиненная им музыка становится в конце концов траурной мелодией по самому себе.

Другую роль выполняет тень в знаменитом поэтическом произведении С. Есенина «Черный человек». Однажды ночью лирического героя поэмы посещает «прескверный гость», который судит и морально казнит его за низкие чувства и недостойные поступки. При этом «черный человек» не воспринимается как галлюцинация или бред, он вполне реален, хотя герой отказывается признать этого человека своим альтер-эго, а в действительности — своей отчужденной совестью, избравшей такой неожиданный для героя зримый облик.

Так в выдающихся произведениях литературы тень разных героев, создающая нецелостность и раздробленность их личности, обретает черты второй ипостаси человека, некоего Другого, который в руках художников становится инструментом исследования духовности людей, раскрытия причин драматических коллизий их личной судьбы. Вот почему, например, М. Ю. Лермонтов рисует образ Печорина через анализ поведения двух человек, которые одновременно живут в этом герое дуэлей и любовных походов. Одна часть личности Печорина гонится за очередными удовольствиями, наслаждается жизнью, другая отстраненно наблюдает и критически оценивает действия и впечатления первой. При этом между обеими половинками очевидна определенная степень отчуждения друг от друга. Соединились ли в конце повести две части личности героя — этот вопрос Лермонтов предлагает решить читателю.

А вот у персонажа О. Уайльда Дориана Грея функцию тени, преследующей этого гедониста, выполняет его портрет. Тень становится искаленной душой и живым укором его беспутной жизни. И свидания со своим портретом порождают в Дориане лишь страх и ненависть к своему двойнику. Но как только Дориан пытается уничтожить объективного и безжалостного свидетеля его грехов и позора, он погибает сам, превращаясь в тень, в маску. В такую притчеобразную форму О. Уайльд облакает мысль о том, что человеку, как правило, от своей совести никуда не деться, от нее невозможно отказаться без уничтожения самого себя.

Надо сказать, что коллизии во взаимоотношениях человека со своей тенью не всегда заканчиваются так трагично. И хотя раздвоенность для большинства людей мучительна, страдания и перипетии личной жизни могут заканчиваться обретением ими целостности своей личности. Например, в романе Л. Н. Толстого «Воскресенье» князь Нехлюдов также представлял собой, по описанию автора, двусоставную личность: «В Нехлюдове, как и во всех людях, было два человека, — пишет он. — Один — духовный, ищущий блага себе, только такого, которое было бы благо и для других людей, и другой — животный человек, ищущий блага только себе и для этого блага готовый пожертвовать благом всего мира». [5, 60]. Однако после того как герой принял и разделил муки любимой женщины, духовный человек в нем побеждает, и это становится настоящим «воскресеньем» личности князя, обретающей целостность и подлинную человечность.

Гениальным исследователем мира теней в человеке был, конечно, Ф. М. Достоевский. В своих произведениях «Подросток», «Двойник», «Записки из подполья», «Бесы», «Преступление и наказание» и других он как исследователь так глубоко проник в океан природных и бессознательных человеческих страстей, что равного ему по изучению этого «подпольного» мира личности в мировой художественной литературе просто нет. Достаточно вспомнить знаменитую сцену встречи Ивана Карамазова с чертом, когда тот раскрыл ему правду про «главного убийца» его родного отца. В итоге их драматического ночного разговора оказалось, что руками слуги Смердякова своего папеньку убил сам Иван. И когда в зеркальных тенях черта и Смердякова Иван постепенно узнает самого себя, свои тайные мысли и желания, эти встречи с настоящим собой оказываются непереносимыми, Иван просто сходит с ума. Так заканчивается общение человека со своими тенями, которые его подчиняют и таким образом разрушают полноценность и жизнеспособность его личности.

Примечательно, что об этом же самом писал и М. Горький в своем рассказе «Карамора», где главный персонаж обнаруживает у себя четыре разнородных субличности. Одна из них замкнута на себе, другая стремится к контактам с другими людьми, третья обсуждает первых двух, а четвертая молчит и всех троих ненавидит. В качестве человека провокатор Карамора оценивает себя как «свору собак»¹.

Итак, как свидетельствует художественная литература и искусство, тень дробит личность человека, и такая ее нецелостность составляет драматургию жизни и судьбы отдельных людей. Раздвоение и множественность личности человека является сигналом его экзистенциального кризиса, становится источником духовных мук и крика совести, но может вести и к очищению, катарсису, обновленному возрождению целостности его духовного мира. Вместе с тем у тени есть и своя динамика, когда она, постепенно созревая и превращаясь в некоего Другого, выполняет в жизни человека множество самых разнообразных функций. Другой может подавлять и разрушать человеческое «я», его органичность и

¹ Анализ «теневого пространства» у героев художественной литературы, на который опирается автор статьи, содержится в книге: *Коган Л. Н.* В четвертом измерении. Нижневартовск, 1994.

жизнеспособность, он подчас наделяется отдельным и иллюзорным существованием, обретает рефлексии и разнообразные человеческие качества и роли. Так, он может быть наблюдателем и соглядатаем, выступать в виде друга или врага, становится инквизитором-судьей или волшебным помощником, а также пророком, ангелом-хранителем или живым эталоном, с которого следует «делать жизнь». Иными словами, «пляска теней» в духовной жизни человека — это множество ролей, которые рождаются в многообразии деятельных связей и отношений человека с миром и самим собой. При этом совершенно очевидна корреляция духовного многообразия субличности человека с теми острыми индивидуальными и социальными проблемами, которые возникают в его реальной жизни.

Следует сказать, что и наука, в частности философия, также не обошла вниманием этот драматический феномен человеческой амбивалентности. Например, Н. Бердяев вслед за Достоевским неоднократно с помощью метафор «внешнего» и «внутреннего» человека, «подпольности» характеризовал массовое сознание люмпенов и плебеев, пропитанное злобой, обидой, душевной глухотой, ненавистью и мстостью. В период революционных событий в России эти качества черни превратились, по мысли Н. Бердяева, в изощренную политическую демагогию, в идеологический и мировоззренческий обман, толкнувшие нашу страну в начале XX в. на путь тектонических социальных катаклизмов [2].

Глубок и поучителен анализ «диверсификации» личности человека, осуществленный Г. Гегелем. Например, в «Феноменологии духа» он отмечает разнообразие и многослойность свойств, качеств и определений, присущих отдельному человеку. Однако они, по его мнению, погребены в «ночи я», которое есть всеобщее, но не абстрактное всеобщее, а содержащее в себе в скрытом виде все особенное. Процесс выделения «я» из этой «ночи» суть овладение особенными определениями, но не сращивание с ними, а превращение «я» в субъекта, в «гения» своих специфических качеств и свойств [3]. Из этих мыслей классика естественно вытекает вывод о том, что у человека все-таки остаются в «ночи» такие стороны и качества, «гением» которых его личность не стала.

Показательным в этом плане является, например, у Ф. Ницше встреча его знаменитого героя Заратустры со своей тенью. Эта тайная копия будущего пророка была истощена, черна и стара и вызвала у него растерянность, страх и стремление убежать от нее. Однако человек-тень торопливо произносит длинный монолог, убеждающий Заратустру, что он встретился с отчужденной частью своей личности. Она скрытно повторяла вместе с ним духовный путь за пределы обыденности, стереотипов и предрассудков человеческого сообщества и, главное, служила «канализацией» всех неприятных ему и непризнанных издержек динамики его интеллектуального развития [4, 237].

Скорее всего, не без влияния образов тени у Ницше К. Юнг впервые делает эту метафору научным понятием, обозначающим конкретный архетип, и использует его в теоретической и практической работе по анализу психики, снов, изгибов душевной жизни своих пациентов. Другим источником образования этого понятия, вероятно, становится учение З. Фрейда. По сути дела, большая часть фрейдовских исследований была посвящена скрытой, «теневого» стороне

психики и поведения людей, играющей существенную роль в появлении неврозов, патологических состояний их духа. Эта сторона, по Фрейд, представляет собой антисоциальное и примитивное содержание инстинктов, биологических нужд людей, которые не подверглись сублимации и противоречат тому, что считается достойным в цивилизованном обществе. Инцестуальные устремления, импульсы садизма и мазохизма, каннибализм, страх кастрации и стадный инстинкт вытесняются обществом у индивидов в бессознательное, однако, так или иначе, влияя на их сознание и поведение. При этом не следует отождествлять тeneвую часть личности с бессознательным. Скорее, о ней можно говорить тогда, когда становится очевидным влияние подсознания и бессознательного на «я», когда иррациональные силы личности начинают диктовать ей те или иные переживания, мысли и поступки, в источниках которых она не отдает себе отчета. Так, иррациональное становится динамичным фактором, т. е. тенью личности, когда этот фактор господствует над ней в различных ситуациях, будь то доминирование «оно» или «сверх-я». Другими словами, эффект тени проявляется в многообразии тех «силовых» влияний, которые действуют вне контроля и понимания их сути самими индивидами. Фрейд и сам нередко сравнивал динамику вытесненных влечений «с бесом», который неумолимо овладевает человеком.

Думается, что от этих размышлений своего учителя отталкивается и К. Юнг. «Каждому из нас сопутствует в жизни Тень, — пишет он, — и чем меньше она присутствует в социальной жизни индивида, тем чернее и больше эта Тень» [7, 182]. Юнг архетип тени связывает не только с индивидуальным, но и коллективным бессознательным, что позволяет понять его динамику в исторической психологии человечества. Тень, по Юнгу, устранить из жизни личности нельзя, хотя люди, в особенности культурные и образованные, только и занимаются тем, что игнорируют, не замечают и подавляют собственную тень. Однако «простое подавление Тени столь же малоцелительно, как обезглавливание в качестве средства от головной боли» [Там же]. Более того, вытеснение тени может сделать ее революционной, что влечет за собой коллизии личной жизни, неврозы, психические заболевания. Стало быть, единственный выход — найти взаимоприемлемый способ существования сознательной личности со своей тенью. Словом, встреча с самим собой означает у Юнга, прежде всего, встречу с собственной тенью. Кому эта встреча удалась, тот не только сделал нечто полезное для себя, но и может обогатить духовный опыт других людей. Потому что тенью для Юнга является не только низшее и скверное, приносящее зло (как для Фрейда), но также и все не приспособленное к существованию, неудобное для личности и не востребованное данным обществом. Хотя эти скрытые качества индивида могли бы в другие времена украсить и обновить его жизнь (искренность, простодушие и наивность, например). Вместе с тем тень, по Юнгу, выполняет в жизни человека важную функцию — компенсаторную, поскольку, хотя и в неадекватной форме, воссоздает необходимую целостность человеческой личности. Она удовлетворяет ее стремление к аутентичности, пускай отчасти иллюзорной, но тем не менее важной для жизнеспособности индивида, для поддержания его духовных сил.

Идеи Юнга о том, что тень является вечным спутником человека, что она — «третий член», рожденный взаимодействием его личности с индивидуальным и коллективным бессознательным, что, наконец, она — результат невозможности обретения личностью в условиях современной цивилизации подлинной идентичности и потому приобретающей ее в иллюзорных формах, т. е. в ложных персонификациях, — эти идеи реализуются сегодня в анализе современных реалий.

К слову сказать, становится совершенно ясно, что в обыденной жизни тень обнаруживает себя в двуличии и лицемерии людей, в амбивалентности их чувств и желаний, в стремлении выдать аффект за трезвый выбор, предрассудок за мыслительный акт, в раздвоении личных оценок и индивидуальных предпочтений, а также в противоположности собственных мотивов и общественно значимых поступков индивидов.

Характерно, что в современном обществе потребления эта «диверсификация» личности приводит к тому, что в ее сознании и поведении зреет и вырастает некто Другой. И он очень эффективно, наподобие персонажа фильмов ужасов Фредди Крюгера, овладевает конкретными людьми и управляет их жизнедеятельностью. В сфере потребления это особенно очевидно, поскольку чтобы жить, человек должен питаться, одеваться, иметь крышу над головой, удовлетворять другие свои экзистенциальные потребности. Однако дух потребления эти естественные нужды человека, удовлетворение которых является лишь условием (пусть и ключевым) жизни индивидов, превращает в смысл индивидуальной жизни, в культ, в высшую общественную ценность. И как же происходит в сознании людей этот важный сдвиг — превращение средства в цель? Конечно, на это работают СМИ, реклама, маркетинг, интенции социальной среды, окружающей человека. Общество потребления искусно переводит мечты индивидов о счастье, любви, самореализации в непреодолимые желания обладать конкретными вещами. Для этого оно превращает сами вещи в знаки социального статуса человека, а походы по супермаркетам и мегамоллам — в повседневный гедонизм, отождествляемый с любовью к самому себе. Сезонные распродажи превращаются в праздник, карнавал, на котором лихорадочным приобретательством создается иллюзия присвоения более высокого социального статуса, а подчас происходит чудо разрешения душевных конфликтов и сложных жизненных коллизий индивида. Процесс покупок позволяет человеку ощутить себя уверенным, свободным и счастливым, состоятельным, спортивным, здоровым и т. п. За этой психотерапией скрываются коварные технологии современной рекламы, маркетинга, осуществляющие кодирование сознания человека с помощью опорных сигналов. «Все новое прекрасно!» — внушает потребителю современное общество, а обладание дефицитными, редкими вещами предлагается в качестве иллюзии самореализации индивидов. При этом одну вещь потребительская экономика заключает «в ансамбль» с множеством других, как бы «освежающих» повседневное существование. И неважно, что выбор между двумя одинаковыми товарами (условно говоря, между кока-колой и пепси-колой) фактически является стратегией дезинформации. В качестве рекламной картинкой идея красочного ансамбля родственных вещей или образов бук-

важно впечатывается в сознание современного человека. В итоге возникает новая субличность — *homo consumens*, которая более или менее настойчиво программирует жизнедеятельность человека.

Так, например, *homo consumens*, выполняя императивы экспансии рыночной экономики, принуждает человека приобретать товаров и услуг гораздо больше, чем это в действительности ему необходимо. Смысл существования человека в первую очередь связывается с повышением объемов и качества потребления. Кроме того, ради этой цели индивид начинает работать не покладая рук, отождествляя стимулы жизненной активности с новыми приобретениями, в которых все в большей степени начинают доминировать не полезные качества вещей, а их символическая ценность — престижность, уникальность, возможность демонстрации и т. п. Таким образом, товарное изобилие современного развитого общества превращается в жизни индивида в цепь излишеств, сковывающих его индивидуальную активность, инициативу, стимулы жить плодотворно. Как здесь не вспомнить маленького принца Экзюпери, который удивлялся, что взрослые никак не могут представить себе прекрасный дом из розового кирпича, но когда им покажешь дом стоимостью сто тысяч франков, они восклицают: «Какая красота!» Современный человек способен проявить некое подобие художественного вкуса и эстетических чувств только через призму стоимостных параметров и ощутить «прекрасные черты» этого мира лишь в контексте товарно-денежных отношений, обволакивающих общество. В свою очередь, эти факторы генерализируют в его личности Другого — *homo consumens*, который мобилизует индивидуальность людей для жизни в нынешнее время.

Вместе с тем разнообразие типов некоего Другого, культивируемых на основе теневых качеств личности человека, конечно, не исчерпывается сегодня экспансией в ее духовный облик потребительской цивилизации. Широко распространенным ныне становится и тип «рыночного индивида», формируемого, к примеру, политико-бюрократической иерархией, когда чиновник вынужден приобретать свойства «пластилинового» человека. Двигаясь по должностной вертикали, он в целях поддержания и увеличения «спроса» на свою личность вынужден проявлять недюжинную способность к полнейшей адаптации, следуя правилу «я такой, какой вам нужен», быть в постоянном движении, позитивным и в меру агрессивным, лояльным к начальству или электорату, улыбочивым, а также эффективным в исполнении их ожиданий. Однако этот стиль жизни, нацеленный на придание себе «товарного вида» — по принципу «надлежащее функционирование в данных обстоятельствах», — очень часто приводит, по свидетельству психологов, к утрате сбалансированности и подлинной личностной идентичности.

Генерализация «другой личности» в человеке может обнаруживать себя и в крайнем, экстремальном варианте. Это происходит тогда, когда некто Другой, созревая «в тени», трансформирует и замещает первородную личность человека. Например, так было в тоталитарном обществе, где анонимная и всепоглощающая власть государства, партии рождала и новый антропологический тип человека, удачно названный в свое время социологом А. Зиновьевым «гомо советикус». Этот продуцируемый обществом характерный социальный

тип обнаруживает себя в разнообразии новой субъектности, вмененной индивидам социально-экономическим устройством советского общества. Особенно ярко он проявляет себя в личности апологетов данной общественной системы — энтузиастов, закодированных магией социалистических преобразований, их общенностью к «всемирно-историческим перспективам». В массовом масштабе энтузиазм проявлялся как среди первопроходцев, рекордистов в различных отраслях народного хозяйства, так и среди интеллектуалов и интеллигенции, поющих «гимн свободному труду на благо общества». С другой стороны, «гомо советикус», замещающий собой подлинную индивидуальность человека, ярко обнаруживает себя в ортодоксальных апологетах тоталитарного режима. «Доверие партии и правительства» превращает этих должностных лиц управленческого аппарата в неприкасаемую касту, где их персона становится сакральной, отождествляемой с линией партии на строительство социализма и коммунизма. Другими словами, их настоящее «лицо» исчезает, его замещает другой, почти священный субъект, обрастающий, в свою очередь, мифами и легендами, отвечающими ожиданиям миллионов строителей нового общества. Хотя в действительности, по описанию историков, многие высшие руководители государства были посредственными и даже ничтожными людьми (канцелярист Молотов, злобный палач Мехлис, хитрый кадровик Маленков, безликий Шверник и т. д.) [1, 47].

Для советской генерации выдвинутых из народа их карьерная самореализация требовала проявления сервилитета — чинопочитания, умения расчетливо льстить, лгать и хитрить, смердяковской проницательности в угадывании желаний вышестоящего начальства. С другой стороны, партийно-государственные привилегии в частной жизни — спецбуфеты, спецсанатории и спецбольницы, избыточные метры жилья, путевки за рубеж, особое снабжение семей и т. п. — обязывали к проявлению «административного восторга» в проведении политики режима. «Безликие, местечковые угрюм-бурчеевы, некомпетентные ни в чем, но мобилизованные и призванные партией, обретавшие вдруг компетенцию во всем, ломатели дров, головотяпы, они были абсолютно свободны от комплексов, не испытывали неудобств от собственной внутренней ущербности... Склонные к коридорным играм, нашептываниям, подсиживаниям, возне по добыче наград, выбиванию привилегий, представители этой группы — плоть и кровь аппаратчины» [6, 109].

Наш анализ соотношения человеческой личности и ее тени позволяет сделать некоторые выводы. Во-первых, тень является фундаментальным фактом не только физического мира, но и духовного бытия человека. Она представляет собой многомерную связь его личности с собой и с обществом, включающую познавательные, ценностные, коммуникативные и деятельные аспекты. Можно предположить, что тень человека порождена, прежде всего, экзистенциальным разрывом между задачами нормального функционирования общества, с одной стороны, и стремлением людей к полноценному существованию и развитию — с другой. Иными словами, все общества, которые были, есть и будут, конечно, развивают индивида, давая ему язык, культуру и материальные ресурсы. Но все они, в силу определенной ступени исторического развития, ограничивают

полнокровность человеческой жизни и, главное, задают форматы для личностного становления людей. Такая редукция индивидов к совершенно конкретному обществу порождает тневизацию индивидуального человеческого бытия, и отношения между личностью и ее тенью становятся, как правило, амбивалентными.

Многообразие этих отношений, во-вторых, позволяет выстроить следующий диспозиционный ряд. Личность реальна в смысле ее включенности в социальные роли и отношения, тень ирреальна (виртуальна) в силу ее находимости на границе общественного бытия и небытия. Она напоминает «ничто» Гегеля, которое не есть пустота, но что-то напряженное, чреватое «нечто». При этом личность, как правило, адекватна своим отношениям с социумом (персона), актуализирована в них, тень же избыточна для этих отношений, не объективирована в них, представляет собой потенциал и ресурс для личностного развития. Поэтому к тени неприменимы однозначные оценки с позиций добра или зла, ибо по своей сути она нейтральна, представляя собой только возможности различных нравственных комбинаций. Кроме того, личность дискретна, единична, тождественна себе, тень же есть скрытое присутствие в жизни человека некоего «Другого» и, в отличие от аутентичной личности, стремится к идентификации с кем-либо или с чем-либо. Далее, личность наделена рефлексией, она рациональна, в противном случае она может утратить способность к адекватной ориентации в мире. Тень же иррациональна, импульсивна и, в отличие от личности как интегрированного образования, дезинтегрирована с ней, действует спонтанно и относительно самостоятельно в качестве совокупности особых сверхчувственных связей между людьми.

Если попытаться сделать обобщающий вывод из сказанного, то тень можно рассматривать как превращенную форму тех индивидуально-личностных качеств, способностей и переживаний человека, которые не нашли адекватный их подлинному содержанию способ реализации в данном обществе, не востребованы последним. Вот почему в «тени» человек сохраняет свою индивидуальность, целостность и свободу, свой потенциал превращения или в слабое, зависимое и ущербное существо, или в полнокровного творца, ведущего в этом мире плодотворное существование.

-
1. Баткин Л. М. Сон разума // Осмыслить культ Сталина. М., 1989.
 2. Бердяев Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма. М., 1990. С. 121–153.
 3. Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. М., 1975. Т. 1.
 4. Ницше Ф. Так говорил Заратустра. М., 1990.
 5. Толстой Л. Н. Воскресенье. // Соч. : в 12 т. М., 1959. Т. 11.
 6. Философия власти. М., 1994.
 7. Юнг К. Г. Архетип и символ. М., 1991.

Статья поступила в редакцию 13.03.2013 г.

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

И. В. Зиновьев

СИНТЕТИЧЕСКИЕ МЕДИА БУДУЩЕГО: МУЛЬТИМЕДИЙНОСТЬ И МУЛЬТИАВТОРСТВО

Рец. на кн.: *Мирошниченко А.* Когда умрут газеты. — М. : Книжный мир, 2011. — 224 с.

Книга Андрея Мирошниченко обращает на себя внимание броским заголовком, напоминающим недавние предсказания конца света. Можно посчитать это исключительно рекламным ходом (каковым он в определенной степени является), но это только на первый взгляд. На самом деле за пестрой обложкой скрываются вполне зрелые мысли журналиста-практика и теоретика. Андрей Александрович Мирошниченко — кандидат филологических наук, в 1995 г. издал монографию «Толкование речи: лингво-идеологический анализ». Вслед за этим выпустил еще несколько книг, посвященных предвыборным кампаниям, деловому общению, PR-деятельности, корпоративной прессе. Работал редактором в газетах «Город N», «Независимая газета», главным редактором газет «Финансовая Россия», «Сберегательная газета», журнала «Банковское обозрение», колумнистом в изданиях Slon.ru, Forbes.ru, «Частный корреспондент», OpenSpace.ru, «Московские новости».

Что же конкретно предлагает автор читателю? Несколько радикальных суждений, связанных с грядущей в недалеком будущем трансформацией СМИ и журналистики. Предварительно отметим, что мотивировкой к исследованию той или иной проблемы являются для автора, по-видимому, реальные профессиональные ситуации и выработанная в ходе их проживания собственная мировоззренческая позиция. Во всяком случае, на эту мысль наводит довольно-таки насыщенная биография автора издания.

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., 2013

А. Мирошниченко открыто заявляет, что «видение будущего всегда персонально, поименно и требует авторской наглости. Поэтому будущее — последнее прибежище автора-человека, обеспечивающее ему нужный тонус одиночества, мессианства и отделенности от публики» (с. 104). А те журналисты и владельцы традиционных СМИ, которые своевременно не задумаются о ближайших перспективах и не изменяют свои подходы к информационным продуктам, будут всего лишь «полезными идиотами», поскольку в сегодняшней ситуации «куш срываю не производители контента, а агрегаторы и навигаторы» (с. 182). Именно в этом направлении читателю и предлагается искать основные черты будущих медиа.

Представление авторской концепции новых медиа во всей ее полноте хочется начать с удивительного, при первом прочтении, сопоставления газет и социальных сетей (с. 165). Таким образом, по нашему мнению, А. Мирошниченко утверждает историческую неизменность форм человеческих коммуникаций и роли журналиста в этом процессе, авторскую интерпретацию которой мы подробно рассмотрим далее. Здесь же напомним, что в Японии сохранилась глиняная «газета» начала XVII в. «Йомиури Каварабата» («Прочти и передай другому») [3]. Механизм информирования этого медиа напоминает форумные и блогерские интернет-сообщества. То есть можно утверждать, что феномен социальных сетей проявлялся даже в распространении «глиняных новостей», просто мы не задумывались о соцсетях до эпохи Интернета. Общую проблему феномена удачно пояснил, разбирая стихотворение Д. Хармса «Что это было?», известный философ М. Мамардашвили: «Поэт Даниил Хармс спрашивал, что это за существа такие, у которых к конечностям, т. е. ногам, привязаны какие-то “крючки”, и они этими крючками становятся на лед. Фактически поэт выявляет здесь то, что параллельно с Хармсом называлось в европейской традиции феноменом» [1, 44].

Впрочем, основой книги А. Мирошниченко является не рассмотрение феномена социальных сетей, а вполне конкретный прогноз: газеты умрут в первой трети XXI в. (с. 154). Происходить это будет поэтапно, причем последними «прикажут долго жить» районные газеты. И совсем не потому, что они прибыльнее других видов периодической печати и могут себе позволить длительную конкуренцию с интернет-медиа. Наоборот — по причине бедности и вследствие постоянных дотаций со стороны муниципалитетов и других, привлекаемых с помощью местной власти, источников (с. 164).

В качестве основных причин «гибели» печатной периодики названы: уход последнего газетного поколения, мультимедийность, крах печатной дистрибуции (с. 166). Поколение 1980-х гг. определено в качестве «последнего», поскольку за ним идет поколение интернет-пользователей, для которого непонятно даже само понятие «подписка» (с. 172). Все это — следствие новой социально-демографической ситуации, ярко представленной автором термином «осевое поколение», для которого «эпоха была гораздо больше поколения. А после него — эпоха равна поколению или даже меньше поколения» (с. 144).

За цифровыми мультимедийными технологиями в Интернете — будущее массовых коммуникаций. С этим будет спорить разве что неисправимый упрямец,

поскольку технологии эти дают оперативность, легкодоступность, интерактивность, мультимедийность (с. 166). Более того, в Интернете активно формируется новый феномен, названный А. Мирошниченко вирусным редактором и определяемый как «распределенное существо Интернета, своего рода искусственный интеллект, нейронная сеть, в которой узлами являются любые-всякие пользователи Интернета. Случайно натываясь на интересное, случайный юзер принимает решение: перепостить, добавить (что именно), убавить (что именно), прокомментировать. По сути, он осуществляет свою частную микроредактуру. С одной целью — добиться отклика от других, от как можно большего количества других. Вот и критерий отбора. Этот критерий на больших массивах становится... общественной значимостью» (с. 13).

Так усиливается влияние на общественное мнение тех сообщений, которые выбирает большинство пользователей Интернета. Соответственно малоинтересное большинству опускается в рейтингах на самые нижние строки. Справедливости ради стоит отметить, что мнение большинства не во всем и не всегда бывает исторически объективным. Однако ровно то же самое мы можем сказать и о корифеях редактирования, которые в силу собственного субъективизма могут пропустить значимые публикации.

С другой стороны, на эффективность работы «вирусного редактора» могут оказывать влияние властные структуры, как это произошло при отказе «Яндекса» от рейтинга блогов, который «отбирал значимое не по указке партии, а по статистике свободных реакций — кликов, перепостов, комментариев» (с. 95). В числе технологических способов влияния на мнения интернет-пользователей — блокирование доменов и определенных направлений поиска. Еще одна опасность — это лояльные власти блоггеры, которые вместе со своими сторонниками «будут симулировать бурное обсуждение нужных тем, причем каждый в нескольких лицах, чтобы умножить массив» (с. 97).

Кстати, этот «увлекательный», по мнению автора книги, «сценарий» не так давно воплотился в жизнь благодаря стараниям одного из известных блоггеров: «Неизвестные хакеры выложили в открытый доступ письма, позволившие вскрыть крупнейший региональный ботнет, работавший в интересах губернатора Мишарина и его администрации <...> чиновники его администрации решили пойти по “нацистской схеме”: нанять сеть ботов — несколько десятков виртуальных персонажей, которые бы по команде вступали в интернет-дискуссию и пытались отстаивать там честь губернатора» [2].

Однако, отмечает А. Мирошниченко, полностью ликвидировать механизм «вирусного редактора» в настоящее время довольно сложно. Поэтому в обозримом будущем вполне можно рассчитывать на «коллективный разум» при рейтинговании социально значимых тем.

Третий аргумент автора в обосновании «смертельного» диагноза прессе связан с вполне прагматическими выкладками. А. Мирошниченко — практик, а потому хорошо представляет себе весь процесс выпуска и доставки газет читателям. Конечно же, одним из ведущих звеньев в этой длинной цепочке является дистрибуция (кстати, эта позиция напрямую связана с предпочтениями аудитории, которая выходит за рамки «сетевого» поколения). «Дистрибуция, — пишет ав-

тор, — не будет затухать плавно — она вымрет сразу, как динозавры, когда бизнес сократится до пороговых значений» (с. 141).

Дополнительной причиной «безвременного ухода» газет станет переход на электронные носители, который в лихорадочном поиске жизненных стимулов для своих «детищ» уже предпринимают самые разные издатели (с. 143). И этот процесс будет только усиливаться — значит, читатель переориентируется с бумажных на электронные издания. В итоге, предвещает автор книги, «приоритет перейдет от газеты к сайту, а газета станет витриной и афишей сайта» (с. 176).

С этими основными причинами скорого исчезновения печатной периодики тесно связано поведение инвесторов. Первым отрасль покинет наиболее мобильный спекулятивный капитал, затем настанет очередь читателей и рекламодателей, далее к ним присоединится отраслевое финансирование, последними уйдут политические и государственные инвестиции (с. 136–137). Таким образом, газетам просто-напросто не на что будет существовать.

Выстраивая собственную аргументацию, подтвержденную фактами, тенденциями и, конечно, интуицией футуролога, А. Мирошниченко не ограничивается печальными прогнозами. Он предпринимает вполне успешные, на наш взгляд, попытки выявить новую роль журналистов в меняющейся ситуации и определить важнейшие черты современных медиа.

Впрочем, в качестве нового автор предлагает полузабытое старое, возвращая нас к устоям советской журналистики, но которые предстают, конечно же, в модифицированном виде. Если обобщить сказанное в разных разделах книги, то сущность журналистики — не в репортерских новостях, а в авторских комментариях (с. 37–38, 115–116). На первый взгляд не вполне уместное заявление, если взглянуть на него с позиций современной отечественной теории журналистики, ориентированной на западные образцы. Хотя, с другой стороны, очень близкое сердцу каждого пишущего в России и для России, в которой «журналист — больше, чем журналист», если перефразировать известную формулу Е. Евтушенко.

Свое суждение относительно роли журналиста и журналистики в обществе А. Мирошниченко развернуто обосновывает. Впрочем, делает это своеобразно (но вполне последовательно, если вспомнить приведенный ранее постулат о мессианстве автора-одиночки), представляя журналиста в качестве жреца: «Журналистика управляет общественным интересом, подстраиваясь под общественный интерес — это особая функция, которая к жреческой ближе, чем к властной. На самом деле миф о власти СМИ — это способ обособить жреческие права журналиста» (с. 24). С данным тезисом перекликаются утверждения автора о том, что журналист — «самопровозглашенный компас, барометр и источник морали» (с. 113). Как здесь не вспомнить идейное наследие великих русских писателей Н. В. Гоголя и Л. Н. Толстого...

Заметим, что мессианство журналиста при этом банально укладывается автором в прокрустово ложе таких вполне традиционных общественных функций СМИ, как интегративная и управленческая (с. 38). При этом журналистика факта уходит в прошлое, журналисты превращаются в медиаторов, поскольку даже «в рамках “журналистики фактов” грамотным подбором фактов можно

осуществлять какую-то другую миссию» (с. 37). Основные задачи журналиста будущего — долговременный прогноз и умение вырабатывать необходимые для поступательного движения ориентиры (с. 44, 47, 100, 102). Отсюда все возрастающая роль высококвалифицированного редактора, образ которого нарисован прямо-таки с эпическим пафосом: «Редактор — магнетический штырь, вонзаемый в ленивое месиво слабых энергий и структурирующий его» (с. 122).

Благодаря Интернету на мессианство журналиста как редактора накладывается процесс увеличения количества авторов, а потому, во-первых, репортеры и расследователи блогерам во многом проигрывают (с. 124), во-вторых, платная информация в СМИ уходит в прошлое (с. 138, 187). И вследствие этого на долю СМИ будет приходиться лишь устранение многообразия мнений. «Если бы не СМИ, — утверждает А. Мирошниченко, — количество частных картин мира равнялось бы количеству домохозяйств. Образовалась бы такая анархия, при которой Бакунина непременно побили бы камнями за тоталитаризм» (с. 48).

Таким образом, жреческая функция журналиста в новых медиа должна сохраниться, но приобрести новые практические формы. Именно такие, технологически совершенные и идеологически выверенные, формы журналистики могут быть реализованы, полагает А. Мирошниченко, в синтетических медиа. В процессе дальнейшей конвергенции СМИ их технологической базой станут навигационные роботы и новые сервисы, экономической — простые и доступные формы оплаты, творческой — мультимедийность и мультиавторство (с. 182–185, 133). При сохранении некоторой части печатных СМИ ведущая роль перейдет к их интернет-версиям. В свою очередь, такие электронные версии или самостоятельные интернет-СМИ, в целом названные автором «медиа 3.0», будут сочетать в себе характерные черты прежних СМИ и сетевых форумов (с. 219). Соответственно в штате будет мало журналистов и много блоггеров, а редактор станет «пастухом блоггеров» (с. 209).

Любопытные изменения грядут в сфере рекламной и PR-деятельности, которые связаны с объединением частного и социального заказа (с. 194). В первую очередь речь идет о легализации скрытой рекламы, которая предстанет в новом облике (раздел «Джинса 2.0. Контент создают рекламодатели»). Появятся видоизмененные корпоративные СМИ, аудиторию которых будут формировать с помощью клиентских баз крупных компаний и учреждений (с. 203, 215).

В числе основных проблем создания новых синтетических медиа А. Мирошниченко называет трения между учредителями, законодательные ограничения на распространение персональных данных, формы и методы измерения коммерческой эффективности медийных проектов (с. 221–222).

Резюмируя, отнесем к основам футурологической теории А. Мирошниченко обоснование, во-первых, поэтапного исчезновения печатной периодики; во-вторых, возвращения к модернизированной пропагандистской модели журналистики; в-третьих, принципов формирования новых синтетических медиа; в-четвертых, концепции «вирусного редактора». Кроме этого в книге дается определение «осевого» поколения, выявлены новые пути формирования аудитории с помощью клиентских баз компаний, рассмотрена возможность конвергенции частного и социального заказа в новых медиа — «джинсы 2.0».

К недочетам книги А. Мирошниченко «Когда умрут газеты» следует отнести то, что под «СМИ» автор понимает по большей части «традиционные СМИ», но это специально не оговаривает. Также не определены или не вполне четко выражены следующие понятия: качество журналистики (с. 26), эхо шума (с. 30), огого-эффект (с. 30), стенгазета (с. 42), сгущенка времени (с. 99), мультиканальность (с. 135), мультимедийный формат (с. 219). Некоторые формулировки излишне метафоричны. Это, впрочем, объясняется популярным стилем изложения, ориентированным на пробуждение читательских эмоций и задействование механизма «вирусного редактора», ярко описанного в книге. Подчеркнем в данной связи, что отдельные части книги первоначально появились на веб-страницах портала «Slon.ru».

Отмеченные недостатки создают некоторую несогласованность в изложении интересных, практически и теоретически перспективных идей. Впрочем, с нашей точки зрения, эти шероховатости не нарушают достаточно цельную концепцию автора.

Книгу А. Мирошниченко «Когда умрут газеты» нельзя отнести к классическим учебникам или научным монографиям, но она будет весьма полезна студентам факультетов журналистики, публик-рилейшнз, социологии. Интерес она должна вызвать и у специалистов в сфере коммуникации, социальной философии, поскольку раскрывает, пусть и в дискуссионном ключе, магистральные пути становления и развития новейших конвергентных медиа. Кроме того, издание можно смело рекомендовать широкому кругу читателей, интересующихся вопросами развития средств массовой информации и коммуникации.

1. Мамардашвили М. К. Проблема сознания и философское призвание // Мамардашвили М. К. Как я понимаю философию? М., 1990.

2. Уральский ботогейт [Электронный ресурс] // ИА «Политсовет». URL: <http://politsovet.ru/37506-uralskiy-botogeyt.html> (дата обращения: 17.02.2013).

3. Цвик В. Л. Реклама как вид журналистики [Электронный ресурс]. URL: http://evartist.narod.ru/text16/001.htm#з_11 (дата обращения: 17.02.2013).

Статья поступила в редакцию 22.02.2013 г.

В. Ф. Олешко

МЕДИАЛОГИЯ КАК СИНТЕЗ НАУК

Рец. на кн.: *Кириллова Н. Б. Медиалогия как синтез наук.* — М. : Академический проект, 2012. — 368 с. (Концепции).



Монография профессора УрФУ Н. Б. Кирилловой с таким названием в конце 2012 г. вышла в Москве в издательстве «Академический проект». Она не могла не привлечь внимание исследователей массмедиа уже хотя бы потому, что многое в этой книге, начиная с названия, имеет дискуссионный характер. Ведь сразу пытаешься сформулировать для себя: «Медиалогия как синтез наук?» или «Медиалогия как синтез наук!». Невольно проводится и аналогия с работами исследователей, которые развивают направление, именуемое социальной информациологией. Ведь они тоже заявляют, что предметом изучения и анализа являются «проблемы журналистики и деятельности СМИ, массовой коммуникации, управления информационными процессами, новые гуманитарные информационные технологии воздействия на разные уровни социальной психики [3, 3]».

А в свете знакомства с новинками литературы по этой теме предполагаешь, что известный московский исследователь А. А. Калмыков в монографии «Медиалогия Интернета» [1] в данное понятие вкладывает несколько иной, сугубо прикладной смысл. Ведь он рассматривает сеть Интернет как перманентно расширяющуюся медиасреду и исследует прежде всего новую сферу профессиональной журналистской деятельности — интернет-журналистику. Автор, в частности, доказывает, что базовые свойства интернет-журналистики — гипертекстовость и интерактивность являются факторами качественного усложнения современного информационно-коммуникативного пространства.

То есть при первом знакомстве с монографией Н. Б. Кирилловой возникает вопрос: можно ли сегодня даже предположить, что одна какая-то научная дисциплина сможет сублимировать и выработать в своих недрах единую методо-

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).

© Олешко В. Ф., 2013

логию для осмысления и анализа перманентных изменений, происходящих чуть ли не ежедневно в медиасфере? Но при внимательном ознакомлении с этим трудом понимаешь, что автор, собственно, и не претендует на исчерпывающую всеохватность. Речь идет об осмыслении процесса становления и тенденциях развития, а также противоречиях новой науки XXI в. Причем Н. Б. Кириллова имеет право делать выводы расширительного характера уже хотя бы потому, что данная книга является продолжением таких ее монографий, как «Медиакультура: от модерна к постмодерну», «Медиасреда российской модернизации», «Медиаменеджмент как интегрирующая система», «Медиакультура: теория, история, практика» и ряда других. Они выходили в столичных издательствах, что свидетельствует о важности данного направления исследований. С одной стороны — несомненное признание и включение их УМО в число базовых учебных пособий по культурологии и ряду других дисциплин, а с другой — книги зачастую вызвали споры, дискуссии среди представителей научного и педагогического сообщества, поскольку новая материя, само развитие исследуемого медиума зачастую весьма противоречиво оценивалось, к примеру, философами и теоретиками журналистики, культурологами и социологами.

Несомненно другое. Сегодня аксиомой является тот факт, что без полноценной объективной информации невозможно эффективное управление любыми процессами и принятие оптимальных решений. Как, впрочем, и то, что сама информация является наиболее рентабельным продуктом и товаром. Причем классик современной медиавистики Мануэль Кастельс еще почти десять лет назад замечал по этому поводу, что «в России происходит одновременно несколько переходных процессов. Один из самых значимых — технологический и организационный переход к информационному обществу. Богатство, власть, общественное благополучие и культурное творчество России XXI века во многом будут зависеть от ее способности развить модель информационного общества, приспособленную к ее специфическим ценностям и целям» [2, 5].

Но трудно отрицать и тот факт, что современная массмедийная практика развивается весьма противоречиво, и многие эти тенденции нельзя не учитывать, прогнозируя даже ближайшее будущее данной сферы. К примеру, принято думать, что развитие сети Интернет — это решающий шаг на пути к информационному сообществу. По мнению экспертов, производители контента для массовой аудитории постепенно привыкают к этой мысли и приучают к ней всех остальных. Однако если разобраться в смысле понятия «информационное сообщество», то можно прийти к парадоксальному выводу: Интернет удаляет нас не только от информационного общества как некоего идеала кооперации современных технологий и демократического развития тех или иных социумов, но и от процесса интеграции товаропроизводителей и потребителей при посредстве, к примеру, рекламистов.

Рецензируемая нами монография гуманистична по сути, поскольку красной нитью через ее полотно проводится идея необходимости формирования и пре-активного развития в современном обществе медиакультуры. Эпоха глобализма и интенсивного совершенствования информационно-коммуникационных технологий, влияющих на общественное сознание и процесс социализации личности,

предполагает тотальное воздействие медиа на человека, его образ жизни, нравственные ценности. В этих условиях, утверждает автор, важное значение приобретают психоанализ медиа и медиаэтика.

Предметом медиалогии в целом, как отмечается в монографии, «являются проблемы формирования и развития медиакультуры в исторической репрезентации, ее антропология и генезис, язык, знаковая система и социальное функционирование, влияние на модернизационные процессы в обществе и мире» [2, 7]. Ее объект — это прежде всего «принципы духовной регуляции различных сфер бытия, обусловленные техническим прогрессом...» [Там же]. Вместе с тем, как нам кажется, в данном контексте уместно было бы акцентировать внимание и на профессиональной культуре субъектов медиадетельности. Что касается, к примеру, профессиональной культуры журналистов, то факультет журналистики УрФУ (ныне — департамент «Факультет журналистики») в течение 2005–2012 гг. провел ряд исследований и выпустил три межвузовских тематических сборника статей и материалов, посвященных этой очень актуальной тематике [4–6]. При этом выяснилась любопытная тенденция: например, в сфере подготовки медийных кадров нередко акцент делается на совершенствование технологий подготовки и передачи текстов. В то же время, согласитесь, подход, при котором технологические компоненты подготовки будущих журналистов и повышения квалификации работающих коллег взаимосвязаны с проблематикой формирования в целом гармонически развитой личности, системного мышления или развития креативности творческого работника, — более перспективен.

Н. Б. Кириллова совершенно справедливо отмечает, что «изучение медиа возможно только в связи с развитием культуры общества» (с. 9). Сегодня нередко можно в различном контексте встретиться с точкой зрения молодых исследователей, в определенной степени идеализирующих Глобальную сеть как канал общения и коммуникации. В самом Интернете очень мало от информации (в традиционном ее понимании) и нет почти ничего от общества, поскольку индивидуум в этом пространстве всячески отстраивается от своего социума, если не ставит целей репрезентации некоего опыта или реализации иных целей, как правило, латентного характера. Анализируя информацию как феномен, нужно четко различать сообщение (или послание), его интерпретацию (или восприятие) и коммуникацию. Сообщение — это передаваемый продукт интеллектуальной деятельности человека. Интерпретация — это приобретаемое знание, расширение наших представлений о чем-то. Обозначив информацию как коммуникацию, побуждающую к действию, мы не можем заявить, что Интернет — это решающий шаг на пути к некоему коммуникационному обществу. Он скорее некий *medium*, т. е. одновременно средство и среда виртуализации общества, превращения чего-то в своего рода виртуальную реальность.

И в этом случае, при потреблении, например, информационного продукта в форме рекламы автомобилей, человек, разумеется, имеет дело не с реальными объектами, а с их образом — симуляцией. О виртуализации же общества можно говорить, поскольку в деятельности людей, в их отношениях с товаропроизводителем, рекламодателем или просто друг с другом образы нередко замещают

реальность. То есть на современном рынке обращаются создаваемые рекламой образы, а не реальные вещи.

Следовательно, рассматривать Всемирную сеть только как способ, средство, канал «соединения» или «разъединения» индивидуумов или социумов нельзя. Интернет все больше превращается из средства личных коммуникаций в форму публичной деятельности. А информационное общество с появлением Интернета и внедрением его в повседневную массмедийную практику приобретает принципиально новые качества. Примечателен в связи с этим и такой факт: точно такое же название — «Медиалогия» имеет... компания, которая в 2003 г. появилась как эксперимент сотрудников ИТ-холдинга IBS. Для своей консалтинговой практики им тогда потребовалась система поиска и анализа информации. Разработанные технологии и инструментарий оказались настолько удачными, что вскоре их начали использовать не только внутри холдинга, но и для сторонних клиентов. Сутью деятельности «Медиалогии» является мониторинг СМИ и медиаанализ. В настоящее время она входит в тройку лидеров рынка. То есть продуктивные идеи наполняют разными смыслами подчас одни и те же термины. И это не противоречит истине, если они востребованы реальной практикой.

Подчеркнем, автор рецензируемой книги очень последовательно и полно рассматривает актуальные проблемы медиатизации общества: от истории медиа — к медиакультуре, от мифотворчества — к медиафилософии, от логично трансформировавшейся в эпоху глобализма медиасреды — к медиаполитике, медиаменеджменту и медиапедагогике. Отмечая во введении, что «данная монография поможет читателю войти в лабораторию новой науки» (с. 8), Н. Б. Кириллова, надо сказать, не обманывает ожиданий, поскольку новейший эмпирический материал дает возможность читателю увидеть именно становление таких направлений, как интеграционный медиаменеджмент и медиапедагогика. А материал параграфов 7.4. «Фестивальный менеджмент», 8.2. «Теоретические концепции и практика медиапедагогики», 8.4. «Роль библиотеки в эпоху Интернета», да и ряда других, свидетельствует о том, что автор — доктор культурологии, директор общественного научно-методического Центра медиакультуры и медиаобразования активно занимается не только исследовательской, но и в практической деятельностью по реализации перспективнейших направлений новой научной дисциплины — медиалогии.

-
1. Калмыков А. Медиалогия Интернета. М., 2013.
 2. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург, 2004.
 3. Попов В. Д. Социальная информатология: проблемы становления и развития. М., 2004.
 4. Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Екатеринбург, 2008.
 5. Профессиональная культура журналиста: актуальные проблемы образования. Екатеринбург, 2011.
 6. Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Екатеринбург, 2005.

Статья поступила в редакцию 4.02.2013 г.

ЮБИЛЕИ



Из биографии профессора Маргариты Михайловны Ковалевой:

- *В 1966 г. начала преподавательскую работу на факультете журналистики УрГУ;*
- *В 1968 г. защитила кандидатскую диссертацию, а в 1990 г. — докторскую диссертацию;*
- *С 1998 г. возглавляет кафедру истории журналистики;*
- *Была научным руководителем 14 кандидатских и научным консультантом 5 докторских диссертаций;*
- *Председатель докторского совета по защите докторских и кандидатских диссертаций по специальности 10.01.10 (Политические науки);*
- *Автор и редактор более 100 научных работ по вопросам истории и теории журналистики;*
 - *Заслуженный работник высшей школы (2001 г.).*

17 июля нынешнего года — юбилей Маргариты Михайловны Ковалевой, заведующей кафедрой истории журналистики, профессора, доктора филологических наук. Представить без нее журфак, где она проработала почти полвека, невозможно. Она — женщина-легенда, которую помнят тысячи выпускников. Готовя наши заметки, мы, ее коллеги по факультету и ученики, решили воздержаться от официоза и просто рассказать о профессоре М. М. Ковалевой, какой знаем ее. Рассказать не научным, а скорее журналистским языком. Но нам кажется, что Маргарита Михайловна не должна на нас обидеться. Ведь она — тоже журналист. И по профессии, и по призванию, и по складу характера.

УВЛЕЧЕННОСТЬ — именно это качество характера более других отличает профессора М. М. Ковалеву.

Когда-нибудь, лет через сто, когда никого из нас, работающих рядом с Маргаритой Михайловной Ковалевой, уже не будет, Господь приоткроет на небе оконные ставни и, посмотрев внимательно вниз, спросит: «А как там Емелино?»

Да-да, он спросит именно об Емелино — деревеньке, до которой рукой подать от Ревды. И подумает про тот небольшой деревянный, изрядно почерневший от времени бревенчатый дом с большущей русской печью, занимающей добрую часть гостевой комнаты.

И эта печь, и этот дом, выражаясь современным языком, — бренды Емелино. Почему — это требует своего объяснения.

Постройкой печи руководила сама Маргарита Михайловна, тщательно вникая в технические премудрости ее сооружения. Прониклась так, что, когда печь заработала, мужики-аборигены не только из этой деревни, но и из соседних захаживали посмотреть на нее и перенять опыт устройства всяких там выюшек и заглушек. ММ (так Маргарита Михайловна нередко называет себя сама) объясняет свой успех тем, что всегда мыслит научно и умеет докапываться до сути вещей. Нам кажется, что она по-настоящему гордится этой печью, и, может быть, не меньше, чем своими написанными диссертациями и множеством научных работ. Потому что большинство из нас при соприкосновении со строительным ремеслом чувствуют себя, ну как бы это сказать... не совсем в своей тарелке. А вот Маргарита Михайловна — в своей. Откуда у нее, университетского профессора, тяга к этому отдаленному от истории журналистики познанию — для нас это и по сей день остается загадкой.

А емелинский дом... О, это отдельная история! За многие годы здесь перебывало немало народа — университетского, и не только. Каждый прибывший находил себе место за крепким, видавшим виды столом, на котором уже ждали своего часа вкуснейшие оладушки, блины, пирожки и непременно уха, собственноручно стготовленные Маргаритой Михайловной. И начиналась, словно по Гоголю, неспешная трапеза. А вместе с ней интереснейшие и содержательные разговоры «о времени, о жизни и о себе», о судьбах мира и личных судьбах, о том, что по-настоящему волнует, тревожит, радует. И наступало то самое «состояние души», когда становилось неважным, какая погода и какой политический строй за окном, когда приходило стройное понимание смысла жизни, выраженное в наших «фигурах речи». Наверное, также или примерно так общались

единомышленники из какого-нибудь кружка «Зеленая лампа» много лет тому назад. Слушали друг друга, не соглашались, спорили и... собирались через месяц, год, пять лет, чтобы пообщаться вновь. Видимо, в этом и заключалось понимание нашего общего «смысла бытия», не требующее каких-либо специальных доказательств, но построенное в большей мере на чувственном ощущении: так правильно, так важно для души.

На эти встречи приезжали не только «кафедранцы», но и аспиранты Маргариты Михайловны, на равных участвуя в разговорах. Здесь же формулировались и уточнялись темы их будущих диссертаций, обсуждались (причем самым серьезным образом) предлагаемые ими научные концепции и тексты. Наверное, также или почти так строились научные обсуждения пару столетий назад, когда младший научный народ рассаживался на аккуратно постриженной травке где-нибудь в Александровском саду вокруг своего профессора, и начинались диалоги. Без пирожков, правда, а может, и с пирожками. Кто знает... Помните, у Сент-Экзюпери — про роскошь человеческого общения. Иногда кажется, что он писал о нас, этот улыбчивый человек в строгой военной форме. Обо всех, сидящих за емелинским столом. Потому что душевный и умный диалог — это как любовь. Без границ, времени и пространства.

Нам кажется почему-то, что и через сотню лет Всевышний непременно вспомнит наши емелинские разговоры. Потому что с годами таких содержательных бесед ведется все меньше и меньше. Отчасти в этом виноваты повсед-



невные обстоятельства: жизнь становится все более суетной, деловой, не располагающей к созерцательной рефлексии — дай бог прийти, приехать вовремя, успеть. Не до душевных бесед, словом. Мы пишем это, а про себя знаем: ММ вряд ли согласится с суждением о привнесенных обстоятельствах. Потому что искренне считает, что человек сам ответствен за свою судьбу, а потому он, и никто другой, расставляет для себя приоритеты. И если жизнь вокруг скудеет, то в первую очередь от нас самих.

С ней удивительно интересно. И не только потому, что у Маргариты Михайловны есть глубокие знания по истории российской журналистики, которой она занимается всю свою жизнь. И не только потому, что ее восприятие этого предмета всегда носит междисциплинарный характер, спроецированный на «совместимость» эволюции медиапроцесса с культурными традициями нашего Отечества, на познание роли СМИ как особого духовного феномена повседневной жизни. Все это так. Но профессор Ковалева привлекает к себе внимание, прежде всего, своим мудрым, если хотите, по-настоящему философским, пониманием смысла происходящего. Она точна и логична в своих формулировках, ее стиль изложения материала ощущается буквально в каждой написанной ею строчке. Многие суждения ММ, рожденные 15–20 лет назад, не утратили своей актуальности и сегодня, когда жизнь потеряла многие прежние очертания. Думается, все эти проявления и определяют постоянное движение мысли и души ММ, делая ее саму по-настоящему содержательным человеком.

Да, профессор Ковалева пристрастна в своих суждениях, даже категорична временами (что потом с готовностью и всегда признает сама). Но при этом умеет слушать, а слушая, непременно анализирует, сопоставляет, размышляет — в характерной для нее позе, с дымящей сигаретой в руке (уже невозможно, ей богу, представить ММ вне этого антуража). А еще она потрясающий рассказчик. И не только потому, что, обладая цепкой памятью, часто вспоминает о своих многочисленных встречах с самыми разными людьми, и известными, и не очень, воссоздавая дословно эти яркие диалоги. А как они могут быть другими, если она, как собеседница, сама яркая во всем?

Ковалеву чертовски любопытно слушать еще и потому, что ее речь всегда образна и передается окружающим прекрасным русским языком. Сегодня, выйдя на улицу, постоянно ощущаешь на себе «дыхание новояза», слог же



Маргариты Михайловны по-особому сочен, наполнен смыслом и эмоциями. Он не очень созвучен нынешнему времени с его бездумным упрощением всего и вся. В ее речи — глубина мысли и внутреннее почтение к великому и могучему русскому языку.

Жаль, что такое владение родной речью уходит в прошлое!

Содержательная и образная речь, умение мыслить — эта те добродетели, которые формируются не сами по себе, а под воздействием многих обстоятельств. Благодаря и образовательным возможностям, и повседневному общению. Маргарита Михайловна закончила журфак МГУ, многое почерпнула из общения с сестрой — блестящим исследователем отечественной словесности и литературы. Она сама признавалась, что на ее профессиональное становление повлиял муж — Митрофан Иванович Ковалев, профессор юриспруденции, один из основоположников теории уголовного права в нашей стране. А сколько замечательных и по-настоящему образованных людей перебывало в хлебосольном доме Ковалевых за несколько минувших десятилетий! Мы в ответе за самих себя, но забывать тех, кто прямо или косвенно повлиял на наше личностное формирование, грех. Она и не забывает. Никогда.

Все ли из нас, живущих ныне на этой земле, по прошествии многих лет испытывают такой же пиетет к своим учителям, коллегам, прежним единомышленникам? Наверное, не все. Наша жизнь в этом отношении полна разочарований.

Думается, что учителя Маргариты Михайловны — и те, кто уже ушел, и те, кто еще живы, — не испытывают разочарования в ней. Не только потому, что она хранит научные традиции, заложенные в нее когда-то ими, но и главным образом потому, что несет в своей душе ауру этих людей, не выплеснув из себя понимание смысла их жизни.

Для нее самой смысл жизни не ограничивается чем-то одним. ММ — личность увлеченная, творческая, равнодушная ко всему тому, что ее окружает.



Это, как уже отмечалось, проявляется в ее научных работах, с присущими им точными и лаконичными формулировками, давшими пищу для размышления, наверное, сотням коллег в различных городах и весях. Это заметно и в ее великолепных лекциях. Тонких по смыслу, эмоциональных и искренних. Когда Ковалева рассказывает о журналистике XIX в., то кажется, что редакторы и сотрудники той прессы — не просто жившие когда-то люди, а добрые знакомые самой Маргариты Михайловны, лишь вчера сообщившие ей, кто что прочитал, кто у кого столовался, а кто приобрел небольшое именье где-нибудь в Малороссии или Тульской губернии.

Рассказывать так могут немногие, даже прочитавшие уйму книг по «теории вопроса». Потому что самому повествователю, помимо знаний, нужен еще и этакий «драйв». Он, бесспорно, есть у ММ. У нее далеко не всегда легко на душе, временами эта душа надсадно болит — из-за больших и малых потерь, из-за нерешенных проблем в родном университете, которые она воспринимает слишком близко. Но наступает пора выходить к студентам — и Маргарита Михайловна преображается. Появляется энергетика, влекущая за собой, — и словно нет за плечами усталости, неудовлетворенности от нынешнего раздрающего времени. Она выходит к студентам — статно и гордо, по-настоящему удивляющая нынешних 20-летних девчонок тем, как надобно себя «нести». Они пока так не могут, а может, и никогда не смогут. А вот ММ может, и это тоже ее характерная черточка, дополняющая общий портрет «Королевы Марго» (как ее всегда называли и называют студенты).

Увлеченность Ковалевой и в том, как она относится к своим ученикам. Сказать заинтересованно — значит, ничего не сказать. Она готова спрашивать со своих аспирантов по максимуму. Но при этом те знают: к Маргарите Михайловне можно прийти и с большой бедой, и с житейскими неурядицами. Прийти просто так, не очень заботясь о «светскости». ММ не оттолкнет, посадит непременно за стол. Накормит. И поможет. И сделает в конечном итоге все, чтобы диссертации были защищены в срок, чтобы в головушке сформировалась «четкая концепция» (это ее слова). Так что дело не только в состоявшихся защитах, коих было под ее руководством почти два десятка. Главное, что при таком вот многолетнем общении с Ковалевой формируются знающие, думающие люди.

Среди преподавателей факультета журналистики почти нет тех, кто бы в разные годы не сдавал экзамены Маргарите Михайловне Ковалевой. Многие из нас давно уже стали ее коллегами. И все-таки мы всегда помним, что она — наш Учитель. Та, кто в каждом из нас когда-то формировала интерес к познанию, та, которая передавала нам свои профессиональные и жизненные принципы.

За что мы очень благодарны ей.

SUMMARY

PERIODICAL PRESS AND MASS-MEDIA

- Amirov V. M.* Journalism ethics in the discourse of modern armed conflict6
The following article is devoted to the ethical aspects of discourse's functioning regarding journalism of armed conflicts. Various approaches to ethics of the journalists working in the military conflicts are considered.
Key words: ethics, norms, journalism, war, war correspondent, right, law.
- Ilyina O. V., Belinskaya N. E.* Stylistic features of ballet criticism 11
The article deals with the Russian ballet criticism of the second half of the XIX century and the beginning of the XXI century. The authors address the question of argumentation in ballet critical article and its style's linguistic features. It is shown that ballet critic deals with two different semiotic systems: interpretation form language of dance to human language.
Key words: ballet criticism, argumentation, style.
- Iskhakov R. L.* Repressed journalism of the Urals (based on archive materials of the Federal Security Service Department of Russia in the Sverdlovsk region) 20
In this article materials of declassified archival-investigation files of the Federal Security Service Department of Russia in the Sverdlovsk region, containing information about repressions against the Ural journalists are introduced for the first time. The fates of journalists is of 1930s are shown, mass media participation in the repressions' mechanism is revealed.
Key words: political repressions, Great terror, political rehabilitation.
- Kushneruk S. L., Chudinov A. P.* The pragmatics of world-modeling: what is behind the advertising slogan? 28
The article focuses on the problem of world-modeling in the context of advertisers' pragmatic tasks. Text worlds are supposed to be models of discourse comprehension, adequate for the description of dynamic way of advertising processing.
Key words: world-modeling, text world, pragmatics, Russian advertising, English advertising, slogan, brand image.
- Lazareva E. A., Gorina E. V.* Structural model and properties of the discursive system of Internet 41
This article describes the system of fundamental characteristics of the Internet discourse, features of structure and content of sub-discourses in the complicated system of Internet discourse.
Key words: Internet, discourse, sub-discourse, structural model, characteristics of Internet system.

Myasnikova M. A. Artistic broadcasting in modern Russia: old issues and new phenomena ... 47

The article deals with the modern Russia TV art broadcasting analysis. The given direction programs are obviously being driven away by low-grade entertaining and criminal content. That is why it is so important to point out domestic TV art broadcasting new positive phenomena.

Key words: TV artistic broadcasting, TV artistic nature, TV art, TV performance, TV film, sense simplification, province, content, phenomenon, mass audience.

Oleshko E. V., Hizhny E. V. Challenges of the new millennium: features and problems of the specialized mass media' modern media market 56

In this article tendencies, characteristic for specialized mass media development and conditions of convergence are being analyzed. Various options contributing to the growth of their competitiveness are presented. As authors prove, specialized mass media can develop and be transformed quite successfully, keeping all the typological advantages and particularities. At the same time, system connections with social networks' users of and interaction with target audience are being achieved.

Key words: specialized mass media, Internet, social networks, media market, digital technologies, audience, dialogue.

Pavlovich O. V. Transformation of manipulative communications: from community to industrial society 63

The retrospective of manipulation phenomenon is being examined. Its presence at every stage of social social development since appearance of the process of alienation in society is proved. The author doubts the opinion of researchers who define manipulation as a social phenomenon arisen only under the conditions of capitalist formation.

Key words: manipulation, historical approach, social formations, mass consciousness, social connections, alienation, industrial relations, practice of manipulative communications.

Strovsky D. L., Simons G. Mass media as a source of propaganda: news coverage by the «The New York Times» and «The Washington Times» of the contemporary situation in Syria 71

The article explores the nature and methods of mass media-based propaganda as well as the possibility of their implementation in the American press within the context of the development of the current political conflict in Syria. The authors substantiate the thesis that the quality media being traditionally considered as unbiased and comprehensive sources of information, currently demonstrate a high level of political partisanship. This agenda is relevant for the understanding of the key media trends in the context of the contemporary information globalization.

Key words: politics, mass media, quality press, information technologies, media propaganda, media bias.

Chemyakin Yu. V. The corporate press: definition, typological criteria, specifics of functioning . 86

This publication examines the main criteria which allows to relate a particular publication to the corporate media. The author distinguishes nine criteria of the latter and comes up with a definition of the corporate media. He also envisages the "core" and the "periphery" of the corporate media and considers their peculiarities and modern "typological transformations".

Key words: corporate press, corporate communications, typological peculiarities, media system, modern trends.

EDUCATION

Oleshko V. F. Master's thesis: scientific search or generalization of the practice? 94

The article is devoted to topical problems of transition to two-level system of training universities of staff for future work in the media industry. In particular, it is said mentioned that the master's thesis does not only need to be different from a final qualifying work accomplished by the

bachelors and specialists in terms of scientific and methodological approach. But it also has to concentrate on the analysis of the practical activity of the particular mass media, which, in the end, will enable us to discuss its applied value.

Key words: master, PhD thesis, journalism, mass media, efficiency, specialist of the new formation.

Kofanova E. V. Students' project research activity in the framework of modern information society 101

The article deals with the problem of vocational training improvement of the ecology students due to the intensification of their research activity in the framework of modern information technologies' development. The advantages of the scientific research work in conditions of today's information-communication technologies development have been discussed. The classification of different types of projects has been done as well as the the examples of different types of projects using for students-environmentalists' chemical and professionally oriented disciplines study have been demonstrated.

Key words: research work, project technology, higher environmental education, chemical training, information-communication technologies

SOCIOLOGY

Ambarova P. A. Regarding the dynamics of the social time 109

The analysis of the social time dynamics in the history of sociology has been provided. The statement of a question has been considered, main features of analysis of the social time dynamics have been identified in the framework of classical (A. Comte, K. Marx, E. Durkheim), neoclassical (P.Sorokin), post-classical (I. Wallerstein), post-non-classical (A. Giddens, J. Urry) periods and sociology of postmodernism (Z. Bauman). The notion of dynamics of the social time is treated as a theoretical construct, enabling the study of the temporal characteristics of social change – speed, direction, rhythm and stage of development and expectancy.

Key words: social time, social and cultural dynamics, dynamics of social time, temporal, progress.

Bannikova L. N., Kuchkildina M. A., Petrov A. Y. Generations continuity as part of the technical elite forming process in the industrial region 116

This article examines results of the monitoring of students' professional choice in the Ural region, the implication of the possible aspects in social inheritance of engineering profession. The approach of social psychology in examining values and meanings has been used in order to define moremore concretely the group portrait of the future technical elite.

Key words: professional continuity, social inheritance, sociocultural orientations, psychological portrait of the group, professional elite.

Belova O. R., Boronina L. N., Vishnevsky Y. R., Narhov D. Y. Valueological and physical culture: theoretical and methodological analysis 123

The specifics of the sociological approach to the study of health problems is revealed. In the framework of anthropocentric paradigm and integrative approach the problems of formation of the valueology and physical culture of personality are considered. The interconnection and interdependence between individual and social health are shown, as well as the importance of sociology-cultural factor of health is highlighted with the latter showing traditions, norms, values, customs and social and cultural practices.

Key words: health, healthy lifestyle, individual health, social health, valueology, valueological culture, physical culture.

Vasilyeva O. V., Korableva G. B. The intellectual elite of the industrial city 132

The methodological basis of the research of the intellectual elite is examined in this article. The approaches to the problems' study are being analyzed including the ones used by Western and

Russian sociologists. The criteria and indicators of the group are identified and the results of empirical research of the problem are presented.

Key words: intellectual, intellectuals, professional, creative class, class of the intellectuals, intellectual elite.

Golenkova Z. T., Igithanyan E. D. Integration processes in the sociology-structural relationship of the modern Russian society 139

The article explores the fundamental processes associated with the internal mechanisms of formation of the virtually new social structures of modern Russia. The authors present the following parameters: the main factors of the transformation of the social-structural relations; the establishment of adequate modern-term labor market needs of the employed population and its separate segments; areas of the potential and real social-labor mobility. The research is based on the State statistics data (Rosstat) and the materials of the specific empirical research.

Key words: social structure, labor market, employment and unemployment, professional structure, manager, social mobility, standard of living and financial situation, production structure, social adaptation, value orientations, social resource.

Zborovskiy G. E. Public sociology in the region 153

The term "public sociology" is being examined, possibility of its existence in the region is discussed, conditions and factors contributing to the establishment of practices of public sociology in the region are presented. The interpretation of sociological provincialism is provided as well as the ways to overcome it are being shown.

Key words: sociology in the region, public sociology, sociological provincialism, sociology and power.

Zyryanov S. G., Bogdanova D. V. Values of youth in the Russian transition society: a regional projection (based on the study of the Chelyabinsk region) 159

In the article special attention is given to the value orientations of modern youth, living in the territory of the Chelyabinsk region. The differences between the orientations of the young people and the ones of adults are being shown. An outline of the social portrait of a young man - an inhabitant of Chelyabinsk region in the beginning of 21 - is presented.

Key words: youth, generation, values of youth, life perception of youth, self-esteem of young people.

Merenkov A. V. Managing social processes in an uncertain society 167

The article discusses the changes that occur in the system of social processes' management in the rapidly changing world. It is noted that the previous administration was based on the acceptance of stereotyping people management solutions at a time when the future life was characterized by the reproduction of the current state of society. Rapid changes in the material equipment of human activity, economic and political instability, the destruction of the old moral regulators led to uncertainty of near and distant future. There is a need for changes in the decision-making processes to ensure the its successful implementation by various social groups.

Key words: management, social processes, uncertain society, stereotypes of consciousness and behavior.

Pevnaya M. V. The research of volunteering: disciplinary and methodological approaches 174

Different scientific approaches to the study of volunteering as a social phenomenon are being presented in the article. The main goal of the research is to discover the essence of volunteering as an object of sociological research. The classification of scientific approaches to the study of volunteerism includes disciplinary (philosophical, pedagogical, psychological, historical, legal, economic, sociological) and methodological (system, activity, institutional, community) approaches.

Key words: volunteering, sociological methodology, disciplinary approaches, methodological approaches.

- Stegny V. N., Kurbatova L. N.* Personality as an object of sociological analysis in the reflected social time (based on the results of sociological research) 181

The study shows the problem of social modeling of personality in the conditions of rapidly changing institutional environment. Thus it is important to work out effective social management tools. The article is based on the results of sociological research, conducted on the basis of Perm national research Polytechnic University and the Perm humanitarian and technological Institute, which allowed us to allocate nature of the institutional changes in the system of social needs and values in life of students in the period of 1968 – 2012 years.

Key words: personality, students, education, labor market, social needs, values of life, social types, empirical study.

- Gridnev D. A.* Problems of governance of military education during the reform period 187

The article discusses the features of the system of military education in modern Russia. The study focuses on the problems, which if failed to take into account might influence the effectiveness of the system investigated in a negative way. It can also have a negative impact on the staffing of the Armed Forces of the Russian Federations by the skilled officers' personnel.

Key words: system of military education, reform, sociological research, effective functioning.

PSYCHOLOGY

- Ismagilova F. S., Mirolyubova G. S.* Theoretical investigation of the problem of interaction between professionals of different generations: classification of the affecting factors' 203

The study focuses on the problem of interaction between professionals from different generations as a factor of organizational activity's efficiency. Observation of Russian and foreign researches was carried out and factors, affecting different generations' interaction were systematized.

Key words: generations of professionals; succession between professionals from different generations; ageism between professionals; generation's interaction; factors, affecting different generations' interaction.

- Popova L. G., Razina M. V.* The peculiarities of orthodox teenagers: characteristic traits to the psychological portrait of an orthodox person 217

The paper considers the personal peculiarities of the modern orthodox teenagers of 15–16 years. We used the R.B. Kettel method for investigation spiritual and moral sphere of children in the age 15–16 years and analyzed results in accordance with the main ideas of Christian (Orthodox) doctrine and public stereotypes.

Key words: teenager, identity, spiritual and moral sphere, dogma, education, religion, family.

THE CULTURE OF INTERNATIONAL COOPERATION

- Bogatyрева O. N.* Particularities of the international cooperation of the French territorial groups 225

The study analyzes the main forms and methods of the decentralized cooperation of the French territorial groups and their authorities. The geography of connections and the main partners were identified, theme orientation of the cooperation on all the continents was examined. The legislature analysis has made it possible to identify opportunities and limits of the decentralized administration. Study of the project's subject area showed the priority areas of cooperation and revealed the main problems. Analysis of the strategy of cooperation allowed to mark out the main models of partnership among different countries.

Key words: France, administration decentralization, decentralized cooperation, territorial groups, sustainable development.

- Kuzmin V. A.* Turkey's trade relations with Britain, the U.S. and Germany in the early period of the Second World War 234

In this article, based on the analysis of unpublished British diplomatic archives and the latest works of Turkish historians the analysis of trade relations between Turkey and Britain, the USA and Germany in the Second World War is presented.

Key words: United Kingdom, Turkey, USA, Germany, war, foreign trade, raw materials, competition.

ARTS AND CULTURE STUDIES

- Koynova N. V.* Development of ecological ideas in Frank Lloyd Wright's organic architecture 239

The article explores genesis of the architectural conception by Frank Lloyd Wright who was the founder of the organic style in architecture and design. Relying on the definitions of ecological architecture and sustainable design the author analyzes Wright's principles of organic architecture and closely considers realization of this conception in the "Falling water" residence.

Key words: sustainable design, ecological architecture, Frank Lloyd Wright, organic architecture, holistic approach, "Falling water".

- Martynova E. I., Shumikhina L. A.* Bilateralism as an essential characteristic of the acculturation process (based on the written language and cultural artifacts of Kiev Rus) 249

Process of mutual interaction of cultures of Byzantium, Bulgaria and Russia after the Christening of the latter, is analyzed on the basis of temple architecture artifacts, iconography and written language of Kiev Rus. The purpose of the article is to substantiate methodological significance of the "acculturation" category, which is based on the study of its essential characteristics –bilateralism. For the first time it is suggested to consider acculturation in terms of bilateralism, which allows to see new verges of interaction between different cultures.

Key words: acculturation, artistic culture, written language, bilateralism of the acculturation, essential characteristic.

POINT OF VIEW

- Ermakov Y. A.* Shadow figures in politics and culture: the clashes of secret power 257

The author refutes a popular point of view about the "shadow" as a visual property of physical world only. It is also an unvisual property of personality, and the diversity of the shadow's types is generated by dynamics, scale and pluralism of social relations, in which the human himself plays active role. The shadow can make human not only defective and nonviable, but it can also make his life full-blooded and fruitful.

Key words: human, shadow, Another, homo consumens, market individual, homo sovieticus, generalization of shadow, deformation and renovation of personality.

BOOK REVIEWS

- Zinovyev I. V.* Synthetic media of the future: multimedia and multi-authorship 266

- Oleshko V. F.* Mediology as synthesis of sciences 272

JUBILEE

- About M. M. Kovaleva's jubilee 276

ИЗВЕСТИЯ
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия 1
Проблемы образования, науки и культуры
2013
№ 2 (113)

Журнал не подлежит маркировке в соответствии с п. 2 ст. 1
Федерального закона РФ от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ
как содержащий научную информацию.

Редактор и корректор *Н. В. Чапаева*
Компьютерная верстка *Л. А. Хухаревой*

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48321 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 05.06.2013. Формат 70 × 100 ¹/₁₆.
Уч.-изд. л. 23,5. Усл.-печ. л. 23,38. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.
Печать офсетная. Тираж 500 экз. Заказ 1386.

Издательство Уральского университета. 620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.
Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ
620000, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4
Тел.: +7 (343) 350-56-64, 350-90-13; Факс: +7 (343) 358-93-06
E-mail: press.info@usu.ru

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

Журнал «Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры»

- зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48321 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) **текст статьи, не публиковавшийся ранее (предоставленный только в наше издание)** (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 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. Редакция согласовывает с автором исправления, дополнения и т. п., которые необходимо внести в статью по рекомендации рецензентов.

5. Автор пересылает исправленный текст в редакцию по электронной почте.

6. Статьи, одобренные редколлегией, печатаются бесплатно.

Требования к авторскому оригиналу

1. Авторский оригинал должен иметь следующую структуру:

а) сведения об авторе: фамилия, имя, отчество — полностью, ученые степень и звание, должность, место работы, телефоны, в т. ч. сотовые, e-mail (обязательно!), домашний почтовый адрес. Аспирантам и докторантам необходимо указать, в сфере каких наук они выступают соискателями ученого звания;

б) инициалы и фамилия автора на русском языке;

в) заголовок статьи на русском языке;

г) краткая, 5–7 строк, аннотация к статье на русском языке (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 сборе руководящего состава Вооруженных сил от 16.11.2006 г. [Электронный ресурс] // Сайт Президентна 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.fbк.ru> (дата обращения: 12.01.2012).

21. *Шацлло 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. Свердлов. обл.). Ф. 773, оп. 1, д. 27, л. 14–14 об.]

[РГИА. Ф. 773, оп. 1, д. 27, л. 14–14 об.]

3. Работы докторантов (до 0,5 а. л., 20 000 знаков с пробелами) и аспирантов (до 0,4 а. л., 16 000 знаков с пробелами) должны содержать основные совокупные, а не фрагментарные результаты проведенного научного исследования.

4. Диаграммы, графики и схемы в тексте должны быть доступны для редактирования (редакторами Word или Excel), рисунки прилагаются к основному тексту отдельными файлами в формате .jpg.

Почтовый адрес редакции: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Редакция журнала «Известия УрФУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры».

Главному редактору *Амирову Валерию Михайловичу.*

Материалы принимаются в Издательстве УрФУ:

ул. Тургенева, 4, отдел допечатной подготовки (для *Ларисы Александровны Хухаревой*).

Электронный адрес журнала: izvestia_1@usu.ru