

ИЗВЕСТИЯ

Уральского федерального
университета

Серия 1
Проблемы образования,
науки и культуры

2014

№ 3 (129)

IZVESTIA

Ural Federal University
Journal

Series 1
Issues in Education,
Science and Culture

2014

№ 3 (129)

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. Гиришман**, 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,
канд. филол. наук, доц.
- Ответственный секретарь
Л. А. Хухарева
- Члены редколлегии
- Б. Н. Лозовский**,
докт. филол. наук, доц.
- М. М. Ковалева**,
докт. филол. наук, проф.
- В. Ф. Олешко**,
докт. филос. наук, проф.
- И. В. Зиновьев**,
докт. филос. наук, доц.
- Э. В. Чепкина**,
докт. филол. наук, доц.
- Л. Л. Рыбцова**,
докт. социол. наук, проф.
- А. П. Чудинов**,
докт. филол. наук, проф.
- Т. А. Галеева**,
канд. искусствоведения, доц.
- Т. Ю. Быстрова**,
докт. филос. наук, доц.
- И. Б. Бритвина**,
докт. социол. наук, доц.
- В. В. Запарий**,
докт. ист. наук, проф.
- Г. Е. Зборовский**,
докт. филос. наук, проф.
- Р. Коул**, проф. (США)
- В. Батмаз**, проф. (Турция)
- Лей Юцзе**, проф. (Китай)

СОДЕРЖАНИЕ

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: РОЛЬ СМИ	
Международная научно-практическая конференция «Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ» (Д. Л. Стровский, О. В. Ильина)	5
Мельник Г. С. Тактические медиа (tactical media) в межкультурной коммуникации	17
Олешко В. Ф. Социальное конструирование этничности: роль и задачи масс-медиа (к постановке проблемы)	22
Олешко Е. В. Местная пресса как актор межкультурных коммуникаций (Жизнь газет после «смерти», или Как им конкурировать с Интернетом?)	36
Бессонов С. И. Оценка эффективности разделения труда в печатных СМИ... ..	45
Амиров В. М. «Крымская» тема: аргументы политической борьбы в публикациях российских и зарубежных СМИ	52
Голоусова Е. С. Проблемы журналистского образования в России: профессиональный дискурс	56
Горина Е. В. Вариативность подачи информации в дискурсе Интернета	62
Каблуков Е. В. О некоторых тревожных тенденциях в современном российском медиадискурсе	69
Иванова Л. Д. Позиция журнала «Уральское горное обозрение» в годы первой русской революции	79
Стровский Д. Л. Правовое регулирование Интернета: к рассмотрению проблемы	89
Ткаченко Л. А. Трансляция православной культуры как важный аспект деятельности церковных средств массовой информации	98
Исхаков Р. Л. Итоги и перспективы изучения межэтнических коммуникаций на Среднем Урале	106
Хлызова А. А. Роль российского телевидения в процессах межкультурной коммуникации	121
Автохутдинова О. Ф. Сюжетные функции персонажа-помощника в медиадискурсе	127
Цзя Л. Модели развития китайских СМИ: особенности современной ситуации	134
СОЦИОЛОГИЯ	
Зборовский Г. Е. Социология без власти и власть без социологии: возможно ли это в России?	137
Амбарова П. А. Авангардные общности в контексте исследования темпоральных стратегий поведения	149
Бритвина И. Б., Старостова Л. Э. Брендинг территории: проблема поиска ценностных оснований	163
КУЛЬТУРОЛОГИЯ	
Быстрова Т. Ю. Целостность как цивилизационный критерий	172
УГОЛ ЗРЕНИЯ	
Мухаметов Р. С. Особенности электро-рального поведения жителей Свердловской области	182
Ермаков Ю. А. Формирование «нового человека»: советские технологии	188
ЗАМЕТКИ О КНИГАХ	
Лозовский Б. Н. Деньги для журналистики (рец. на кн.: Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Варгановой)	206
II Уральский межрегиональный конкурс «Университетская книга» (А. В. Подчиненов)	208
НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ	
Международная научная конференция «К 100-летию Первой мировой войны: социум, война, международные отношения» (В. Д. Камынин, В. И. Михайленко)	212
Summary	215

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: РОЛЬ СМИ

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: РОЛЬ СМИ»

Понятие «межкультурные коммуникации» всегда было комплексным, так как оно определяется не только единством различных источников информации, но и многообразием национальных культур, постоянно вступающих во взаимодействие друг с другом. В современном мире, с его ярко выраженным социальным и политическим разнообразием, множеством этических и культурных парадигм, мощной технологической и информационной трансформацией и новыми проявлениями глобализации, это понятие заметно усложнилось. Его изучение включает в себя различные научные теории и подходы, ставшие неотъемлемой частью «теории предмета», преподаваемой в департаментах массовых коммуникаций во всем мире. Исследование места СМИ в развитии межкультурных коммуникаций, таким образом, является лишь одним из направлений в рамках этого обширного познания.

Вместе с тем очевидно, что даже это «суженное» направление является весьма обширным по числу задач, которые могут ставить перед собой исследователи. Это определяется единением таких глобальных понятий, как культура и массовые коммуникации, каждое из которых может исследоваться во множестве проекций. Следуя высказыванию современного американского культуролога Дж. Кэри, можно сказать, что именно массовые коммуникации являются тем пространством, где создается, сохраняется и трансформируется культура и вся социальная реальность, построенная на ее фундаменте [2, 23]. Эти коммуникации являются и наиболее востребованными источниками культуры, поскольку к ним среднестатистический человек обращается все же чаще, чем ко многим другим источникам информации. Они накапливают и выплескивают в социальную среду исторический опыт, отражаемый в исторической памяти общества, и тем самым реализуют целый ряд основополагающих функций массовой коммуникации — образовательную, просветительскую, воспитательную и др. Ценность этого опыта видится и в социокультурной преемственности как важнейшем проявлении эволюции общества, без чего невозможно

представить его дальнейшее развитие. С другой стороны, сами СМИ являются одной из составляющих этой коммуникации и тем инструментом, благодаря которому культура адаптируется в повседневном сознании и жизни людей.

Таким образом, отражение различных проявлений межкультурной коммуникации в СМИ оказывается значимым для понимания не только ее философской, но и в первую очередь прагматической сущности. О чем и как следует писать, чтобы СМИ стали востребованными в наше время, когда потребность в них кажется куда менее очевидной, как это было еще пару десятилетий назад? Ответа на этот вопрос в большинстве редакционных коллективов пока не найдено. Но данная проблема не только российского «разлива». Потребность в получении массовой информации посредством традиционных медиа снижается повсеместно — и в Европе, и в Азии, и в Америке. Что же касается Интернета, то и он, оказывается, не вовлекает людей в этот процесс. Во всяком случае, процент людей, которые используют Интернет для чтения СМИ, незначителен по сравнению с теми, для кого Мировая паутина служит для налаживания контактов посредством социальных сетей. Только в одном Фейсбуке, не говоря уже о других социальных сетях, зарегистрировано сегодня свыше 500 млн чел. [1]. И это еще раз подтверждает: нынешние массмедиа в большинстве своем не реализуют своей основной задачи — разговаривать с аудиторией на содержательном и одновременно понятном для нее языке, быть источниками важной и одновременно оперативной информации, удовлетворять разнообразный набор ценностных запросов и т. д.

И это уже профессиональная проблема для тех, кто вовлечен в создание современных СМИ. А также проблема для образовательного сообщества в целом. Потому что без ответа на вопрос, каким запросам могут и должны отвечать современные СМИ, мы никогда не сможем выстроить оптимальную концепцию преподавания дисциплин на факультетах журналистики.

Между тем сложность понимания роли современных СМИ в обществе, и в частности в развитии межкультурных коммуникаций, обусловлена большим числом национальных культурных и информационных пространств, на существование которых влияют сегодня как геополитические проблемы, так и фактор глобализации. Все это создает неравные условия развития стран и народов, порождает множество манипулятивных приемов воздействия. Особенно это заметно в условиях социально-политической конфликтности, при которой более слабая культура в буквальном смысле подавляется другой, отстаиваемой мощью технических средств передачи массовой информации. В этих условиях такие понятия, как этика межкультурных отношений, духовное многообразие, толерантность, нередко отходят на второй план. Создатели массовой информации постепенно утрачивают чувство ответственности за формирование «человека разумного», игнорируя при этом реализацию всего многообразия таких своих функций, как образовательная, просветительская, воспитательная и ряд других.

Какова же роль СМИ в развитии культурного многообразия современного мира? Какое влияние оказывает информационная глобализация на национальную самобытность «малых» стран и народов? Как сохранить языковое и

культурное разнообразие СМИ в современном мире? Каковы задачи медиаобразования в упрочении межкультурной толерантности? Эти вопросы развития современного информационного пространства поднимались на Международной научно-практической конференции, которая проходила на факультете журналистики УрФУ 17–18 апреля 2014 г.

Нам приятно сознавать, что на приглашение департамента «Факультет журналистики» УрФУ поучаствовать в работе этой конференции откликнулись не только российские исследователи, но и зарубежные. Это подтверждается приездом и выступлениями коллег из Венгрии, Польши, Чехии, Швеции, Финляндии, Турции, США, Китая. Никогда до этого на журфаке не собирались вместе представители такого большого числа национальных культур, являющиеся одновременно опытными экспертами в области медиазнания. Некоторые гости посетили факультет еще до открытия конференции. Директор Исследовательского центра общественной политики будапештского Университета Корвинуса профессор и одновременно социолог *Пал Тамаш* прочитал на факультете журналистики курс лекций «Технологический поворот в новых стратегиях медиаиндустрии», заострив внимание на одном из серьезных противоречий в деятельности современных медиа — между их традиционной миссией просвещать аудиторию и усилившейся необходимостью зарабатывать средства в нынешних экономических условиях. В свою очередь, коллега П. Тамаша из финского университета (г. Тампере) профессор *Каарле Норденстренг* накануне открытия конференции в течение нескольких часов делился с преподавателями и студентами УрФУ своим восприятием развития современных медиасистем. Все это стало по-настоящему интересной преамбулой к общению в рамках предстоящей научной конференции, тем своеобразным «пиром духа», которым отличается содержательный разговор заинтересованных друг в друге коллег.

В первый день конференции, 17 апреля, с приветственным словом выступили директор департамента «Факультет журналистики» *Борис Николаевич Лозовский* и директор Института гуманитарных наук и искусств *Дмитрий Витальевич Бугров*. Они отметили высокий международный статус проводимого мероприятия и важность участия в нем исследователей из ведущих университетов мира, таких как Варшавский университет (Польша), Университет Корвинуса (Будапешт, Венгрия), Стамбульский университет (Турция), Карлов университет (Прага, Чехия), Университет штата Калифорния (Бейкерсфилд, США) и др.

В рамках первого пленарного заседания выступили исследователи из Венгрии, Финляндии, Польши и России. Профессор *Каарле Норденстренг* (Тампере, Финляндия) обратился к таким важным вопросам современной медиаполитики, как толерантность и плюрализм. По мнению К. Норденстренга, существует опасность незримого перехода СМИ некой границы, после чего плюрализм превращается в хаос и конструктивный диалог с аудиторией уже невозможен. Как же не перейти эту границу? Наверное, многое зависит от возможности влиять на деятельность СМИ посредством общественного контроля. Логичным продолжением этого разговора стало выступление декана факультета



Каарле Норденстренг, профессор из университета Тампере (Финляндия), считается одним из лучших в мире разработчиков теории массовых коммуникаций. Его первые работы появились еще в 1950-е гг. Монографии и научные статьи Каарле изучаются в лучших университетах Европы и США. На конференции он сделал доклад о возможностях участия СМИ в формировании межкультурной толерантности

журналистики и политических наук Варшавского университета профессора *Януша Адамовски* (Польша), который рассмотрел специфику существования общественного радиовещания в Польше. Отдельным аспектом в его выступлении прозвучала тема роли СМИ в формировании свободы и плюрализма мнений. Я. Адамовски отметил, что, несмотря на формирование в Польше устойчивых традиций полемики, толерантности, они, увы, не всегда оказываются востребованными. Да и общественное радиовещание в Польше пока не продемонстрировало пример соблюдения этики взаимоотношений с аудиторией. (Заметим, что, касаясь этого вопроса в ходе дальнейших дискуссий, участники конференции не раз приходили к выводу о том, что данная проблема является повсеместной, что определяется неустойчивостью этических норм в современном мире.) В свою очередь, *Дмитрий Валерьевич Туманов*, доцент кафедры журналистики Казанского федерального университета, рассказал об опыте Татарстана в установлении межконфессионального диалога. По его словам, в этом регионе к настоящему времени накоплен удачный опыт формирования межконфессиональной культуры, что не может не служить примером для подражания на других российских территориях.

Но такие «примеры для подражания» пока плохо реализуются на практике. Одна из причин — невозможность конкуренции традиционной культуры и СМИ с Интернетом, в котором находят себя самые разные информацион-

ные проявления. Директор Исследовательского центра общественной политики Университета Корвинуса профессор *Пал Тамаш* тоже обратился к особенностям функционирования современного Интернета и выразил определенный скептицизм по поводу того, что он делает людей граждански активными. Вера в цифровые технологии и в Интернет как в средство создания «нового мирового порядка» представляется П. Тамашу утопичной. По его мнению, нельзя отрицать примеры успешного использования социальных сетей в интеллектуальных дискуссиях и в политических процессах (подтверждением тому могут служить акции протеста, имевшие место на каирской площади Тахрир в Египте, в Тунисе и ряде других ближневосточных и североафриканских стран в последние годы). Это движение к «новой цифровой демократии» — так охарактеризовали роль Интернета в политической сфере многие аналитики. Но при ближайшем рассмотрении мы видим множество проблем развития такого информационного процесса. Например, социальные сети нередко используются властью для манипуляции общественным сознанием, что не имеет ничего общего с демократией. Да и гражданская активность пользователей Интернета (заявляющих о своих правах чаще всего у себя дома в комфортной обстановке) в действительности является не чем иным, как иллюзией, поскольку не формирует прочных связей и твердых убеждений у самих участников глобальной



«Посредством каких СМИ органы власти в вашей стране могут донести свою точку зрения до общества?» — с этим вопросом заведующая кафедрой истории журналистики профессор М. М. Ковалева обратилась к декану факультета журналистики и политических наук Варшавского университета Янушу Адамовски. Получился по-настоящему содержательный разговор...

информационной сети. (Как тут не вспомнить реплику, озвученную затем в ходе одного из секционных заседаний стамбульским профессором В. Батмазом, о том, что в Турции при низкой температуре воздуха никакие призывы из Интернета выйти на улицу и заявить о своих протестных настроениях не приведут к результату.)

Содержательные выступления первой пленарной части конференции задали тон всему дальнейшему обсуждению. Во второй половине первого дня работа конференции проходила уже в четырех секциях. Одним из дискуссионных вопросов стал вопрос о воздействии глобальных информационных структур и медиакорпораций на национальные медиасистемы. Некоторые из участников конференции высказывались о том, что процесс медиаглобализации привел к деформации успешной системы массового информирования. Следствием этого процесса и сопровождающей его коммерциализации стала утрата аудиторного доверия к СМИ, и эта тенденция присуща сегодня многим странам. Глобализация привела и к тому, что западные образцы журналистики воспринимаются как единственно верные, что не соответствует реальности и часто отвергается на практике (*М. М. Ковалева*). В связи с этим неоднократно звучал тезис о необходимости поиска новой российской идентичности, что затруднено на сегодняшний день эскалацией межэтнической напряженности в современной России и ближнем зарубежье (*В. Ф. Олешко*).

Некоторые участники конференции заявляли, что не видят в медиаглобализации повода для пессимистических настроений. Венгерский профессор Пал Тамаш, неоднократно бравший слово на секционных заседаниях, убежден: глобализация не несет только негативных последствий и представляет собой сложный процесс взаимовлияния национальных культур. В связи с этим совершенно нелепо, по его словам, говорить об уничтожении национальной идентичности посредством глобальных медиапроцессов. Англосаксонская культура действительно активно влияет на весь остальной мир, в том числе и посредством медиа. Однако не только США, но и другие страны экспортируют так называемые «продукты культурной индустрии»: Япония — один из ведущих экспортеров анимационных фильмов в мире, Катар создал всемирно известную телекомпанию «Аль-Джазира», в свою очередь, Россия также активно экспортирует телесериалы в страны СНГ. Означает ли это, что отмеченные страны навязывают другим государствам свои ценности? По мнению П. Тамаша, данный вопрос несет в себе немало поводов для размышлений, и было бы неправильно относиться к нему только с позиции неприятия или, наоборот, одобрения. Нынешняя культурная и информационная реальность — это действительно сложное явление, невозможно дать ему однолинейное толкование.

Во время секционных заседаний участники конференции обращались, в частности, к проблемам конкурентоспособности прессы в условиях глобализации (*Н. Р. Балынская, Е. М. Зайцева, Е. В. Олешко*), к правовым и морально-нравственным аспектам функционирования современных печатных и сетевых СМИ (*В. И. Доможиров, Д. С. Татаренкова*). Исследователи из Китая заострили внимание на том, как развивается медиакультура этой страны в сложившихся условиях и какую роль играет национальная идеология (*Кан Цюц-*

зе, Дяньлинь Хуан). Профессор Силезского университета (Катовице, Польша) *Мариан Геруля* поделился своими представлениями о роли СМИ в создании многомерной информационной действительности и национальной тождественности. В свете многочисленных межнациональных конфликтов, затронувших сегодня мир вообще и современную Россию в частности, такая постановка вопроса приобретает не только теоретический, но и сугубо практический интерес. Она порождает дискуссию о том, какие функции СМИ могут выполняться в процессе реализации социокультурной идентичности.

Очевидно, что под воздействием цифровых технологий меняется процесс распространения и восприятия информации. Он активно затрагивает аудиовизуальные СМИ, делая их более агрессивными в своем воздействии на массовую аудиторию. Вопреки первоначальным предположениям, что аудитория с готовностью встретит технологические перемены, этот процесс оказался как минимум сложным явлением, с одной стороны, активно развивающим конвергентные формы воздействия и тем самым создающим у потребителей информации дополнительный интерес к информации как таковой, а с другой — нередко выхолащивающим в ходе новых приемов переработки информации само ее содержание. Все это неизбежно препятствует взаимодействию СМИ



Глядя со стороны на Дяньлиня Хуана, доцента Университета коммуникаций Китая, трудно заподозрить в нем эмоционального человека. Но когда он начинает говорить, то нельзя не уловить его неравнодушие к обсуждаемым вопросам: «Китай всегда был и будет страной со своими традициями. И это значит, что мы должны воспринимать проблему толерантности с учетом характера нашей нации. Не стоит всех стричь под одну гребенку...»



Наши гости в окружении студентов журфака внимательно слушают очередного докладчика. Мариан Геруля, профессор Силезского университета (на снимке слева), признался: «Честно говоря, я не ожидал, что получится такой хороший ансамбль, составленный из тех, кто принимал участие в конференции»

иЕаудитории и вследствие этого — формированию устойчивого интереса к радио- и телеэфире (*М. А. Мясникова*). Принимая во внимание этот фактор, заведующий кафедрой телевидения, радиовещания и технических средств журналистики *И. В. Зиновьев* и доцент кафедры русского языка и стилистики *Л. В. Енина* поставили вопрос о возможности сотрудничества между СМИ и аудиторией как важном условии формирования толерантной среды. Устойчивое взаимодействие телевизионных СМИ и аудитории может демонстрировать общественное ТВ. Вместе с тем проблемы его функционирования в России сегодня обозначились достаточно остро и пока далеки от возможного решения (*В. Ф. Зыков*).

Важным средством формирования межкультурного взаимодействия, определяемого соблюдением этических норм в медиасреде, участники конференции признали медиаобразование. Одновременно прозвучали справедливые высказывания в пользу формирования критического мышления, причем как у журналистов, так и у медиааудитории (*В. А. Волкоморов, С. В. Лебедева*).

Нельзя не признать: критичность мышления присуща, прежде всего, думающей личности, независимо от сферы приложения ею своих сил и способностей. Требования к уровню мышления журналистов на общем фоне оказываются еще более высокими, поскольку представители этой профессии способны влиять на большие аудиторные группы, делая их своими единомышленниками или, наоборот, вызывая чувство отторжения. В этом отношении «зона ответственности» университетских образовательных центров

особенно значима — именно здесь создается основа мировоззрения журналистов. Чему и как стоит учить сегодня на факультетах журналистики, чтобы сформировать в носителях нашей профессии чувство толерантности, — этому было посвящено заседание «круглого стола», завершившее первый день конференции. Обсуждение было насыщено большим количеством примеров из медиапрактики разных стран, на которые ссылались российские и зарубежные участники дискуссии.

Во второй день конференции состоялось еще одно пленарное заседание. Профессор Карлова университета *Ян Жирак* (Прага, Чехия) остановился на вопросе сохранения национальных культурных ценностей на телевидении и отметил, что независимость общественного ТВ Чехии обеспечивается в первую очередь финансами телезрителей. Это наиболее распространенный путь развития, который проходили общественные телеканалы многих европейских стран. Но в России такой опыт не получил развития, не в последнюю очередь потому, что многие наши сограждане по-прежнему не готовы платить за телеинформацию. Причин тому несколько, и одна из них — непонимание ценности существования СМИ, независимых от государственных структур. Россия в этом отношении прошла принципиально другой исторический путь, чем европейские страны. И наш менталитет формировался в иных условиях, чем менталитет той же Чехии или Польши, не говоря уже об экономически более развитых странах.

С этим, по существу, согласился профессор факультета массовых коммуникаций Стамбульского университета *Вейзель Батмаз* (Турция), поставивший вопрос о воздействии СМИ на развитие цивилизационной парадигмы своих обществ. По его мнению, уровень информационной культуры любой страны всегда закладывается исторически, и текущие проявления в области политики, экономики и других сфер жизни не в состоянии разрушить эту доминанту. С этим нельзя не согласиться, оценивая состояние медиапрактики в современной России. Сегодня мы вновь возвращаемся к авторитарной системе управления СМИ со стороны органов власти, как это было в нашей стране на протяжении длительного времени. Осознание важности исторического фактора наполняет изучение современных медиапроцессов качественно новым смыслом, позволяет обнаружить закономерности их развития и во многом предвосхитить будущее состояние информационной культуры того или иного общества.

Эта преемственность дает о себе знать при оценке эволюции не только своих СМИ, но и зарубежных. На примере современного конфликта в Сирии доцент Центра российских и евроазиатских исследований университета г. Упсала (Швеция) *Грег Саймонс* показал специфику информирования, демонстрируемую современными американскими СМИ, увидев в конкретных информационных проявлениях исторически обусловленные закономерности восприятия американцами всего остального мира. С другой стороны посмотрела на этот же вопрос профессор Калифорнийского университета *Элизабет Джексон* (Бейкерсфилд, США), обратившись к проблеме «дискурсивного закрытия»

(discursive closure) в современной американской медиапрактике. В качестве предмета изучения она взяла культуру хип-хопа, которая исторически замалчивалась СМИ этой страны по причине ее «низкопробности». Но именно это замалчивание приводило к формированию «гена агрессивности» в рамках хип-хоповской культуры. Хип-хоп не молчал, но действовал, демонстрируя своими «выплесками» неприятие негатива, который выражала в его отношении официальная Америка. Отсутствие медиадискурса на эту тему, по существу, порождало новый дискурс — непримиримый, агрессивный, не склонный к толерантности. И этот опыт неприятия друг другом двух культур — «одобряемой» и «неодобряемой» — служит еще одним подтверждением ущербности развития современного мира, где по-прежнему господствует обособленность различных культурных и этических ценностей, непонимание между странами и народами. Нехватка диалога в современных условиях — это то, что приводит к возникновению огромного числа стереотипов в отношении «своих» и «чужих» культур и вследствие этого — к эскалации самых различных конфликтов.



Элизабет Джексон из США уже во второй раз приехала на факультет. В прошлом году ей понравилось общение с нашими студентами — настолько, что, уезжая, она пообещала непременно вернуться. И сдержала слово. Вопросы межкультурной толерантности давно волнуют Элизабет. Она хранит в своей душе и личные воспоминания о несвободном положении черных людей в Америке. Сегодня она по-прежнему одна из немногих женщин-профессоров в США с черным цветом кожи...



Дискуссии на конференции часто возникали и внепланово. Уже перед самым отъездом пражского профессора Яна Жирака к нему подошла наша китайская гостья Кан Цюэзе с вопросом: «Каковы перспективы общественного телевидения в Чехии?» А потом добавила: «Мы тоже думаем в Китае о появлении такого канала. Но пока не получается». Разные страны, несхожие политические системы и национальные медиасистемы. Но все это не мешает формированию общего профессионального интереса. Что может быть лучше?

Во второй день конференции проходили и заседания студенческих секций, на которых с докладами выступили молодые исследователи – студенты и магистранты. Обсуждался самый широкий круг вопросов: интерактивные программы на радио, социальные сети как элемент гражданской журналистики, национальные СМИ как феномен национальной культуры, противодействие экстремизму, освещение в СМИ вопросов трудовой миграции, этностереотипы в российских и зарубежных СМИ, проблемы толерантности в освещении сирийского конфликта и многие другие. Примечательно, что в рамках конференции состоялся диалог между студентами и более опытными исследователями. Например, Олеся Гоголева в своей бакалаврской работе исследует «тему России» в современных польских СМИ. Декан факультета журналистики и политических наук Варшавского университета *Януш Адамовски* с большой заинтересованностью слушал выступление Олеси, а потом дал свои оценки. Получилось познавательно для всех участников секции, где анализировалась практика зарубежных СМИ. И таких диалогов в этот день было немало. Как признавались сами студенты, им было лестно внимание к себе со стороны авторитетных зарубежных исследователей, приехавших в УрФУ.

И каков же итог проведенной конференции? В ходе одного из обсуждений прозвучала справедливая мысль о том, что своими дискуссиями мы не в состоянии переделать современный мир, но можем внести толику лучшего понимания особенностей его развития. За эти два дня все собравшиеся смогли сполна оценить важность такого диалога — глубокого по содержанию и этически выдержанного, основанного на уважении присутствующих друг к другу. Диалога, который вели по вопросам толерантности в СМИ представители разных национальных культур. Как ни банально звучит, но мы действительно живем в очень хрупком мире, в котором должный уровень толерантности, увы, часто остается мечтой. Дискуссионность в межкультурном пространстве, в том числе и по профессиональным вопросам, имеет серьезную ценность для формирования социально ориентированного мышления и становления людей, неравнодушных к актуальным проблемам современности.

И еще. СМИ каждой страны играют, безусловно, важную роль в межкультурной коммуникации. Они транслируют национальные ценности, формируют идентичность и благодаря этому сохраняют культурное разнообразие мира и способствуют толерантному межкультурному общению. Разнообразие — национальное, религиозное, социальное — как раз и становится важнейшим фактором по-настоящему толерантной межкультурной коммуникации, которая в условиях информационной глобализации в нашем динамично меняющемся мире приобретает особый содержательный смысл.

1. Мировая статистика Интернета. 18.12.2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://cospi.ru/mirovaya-statistika-interneta/> (дата обращения: 30.04.2014).

2. *Carey J. W. Communication as Culture*. Boston, 1988.

УДК 316.772.4 + 008

Г. С. Мельник

ТАКТИЧЕСКИЕ МЕДИА (TACTICAL MEDIA) В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена проблеме становления тактических медиа, их роли, функциям, целям в мировом информационном пространстве. Показано, что тактические медиа часто увеличивают риски участия человека в разрушительных социальных эпидемиях, но и обладают позитивным потенциалом, способным преодолевать процесс деморализации и демонстрировать аудитории положительные и конструктивные жизненные сценарии.

Ключевые слова: массмедиа; тактические массмедиа; медиаактивизм; межкультурная коммуникация.

В XXI в. глобальные факторы экономики, политики и культуры привели к резкому увеличению интенсивности контактов между представителями различных культур. В связи с этим в теории коммуникации сформировалась проблемная зона, подогревающая интерес ученых-гуманитариев к анализу межкультурной коммуникации, к изучению того, насколько адекватно массмедиа транслируют аудитории информацию о многоликом мире, насколько она соответствует объему культуры, какую картину мира рисует и какие ценности поддерживает.

Межкультурная коммуникация — взаимодействие между социальными группами, носителями различных культур в информационной среде. Развитие Интернета как информационно-коммуникативной среды привело к новым феноменам, требующим изучения. Таким новым явлением в информационной сфере стали так называемые **тактические медиа**, возникшие как «ренессанс медиаактивизма», где смешиваются старые механизмы и принципы школы политической работы и воздействия на стратегии поведения людей и творчество художников и коммуникаторов, опирающихся на новые технологии. Тактические медиа зародились во времена падения Берлинской стены в атмосфере свободы, когда произошло определенное возрождение социальных, политических, экономических движений и медиаактивизма.

Исследователь тактических массмедиа Герт Ловинка называл их заведомо скользким термином — средством для создания «временного консенсуса зон» на основе неожиданных союзов в качестве инструмента для распространения протестных идей «дискурс плюс арт равно зрелище» [5, 34]. Само существование тактических медиа «скрывает в себе глубинные проблемы связи технического и антропологического, машинного и эстетического, «нематериального» и «вещного»» [7, 124]. Сегодня тактические медиа представляют собой малозатратные и технологичные средства коммуникации, создаваемые для проведения политических кампаний и акций.

МЕЛЬНИК Галина Сергеевна — профессор кафедры периодической печати Санкт-Петербургского государственного университета (e-mail: melnik.gs@gmail.com).

© Мельник Г. С., 2014

Тактические медиа развиваются практически во всем мире. «Нишу заполняют как агенты системы и обладатели грантов из неправительственных организаций, так и оппозиционеры. Благодаря компьютеру и общедоступным программам медиаактивисты способны создать мультимедийную газету или журнал, которые могут завладеть огромной аудиторией. Выражая точку зрения групп меньшинства, tactical media врываются в киберпространство с требованиями социальных изменений, позиционируют себя как средство “кризиса, критики и оппозиции”» [2].

Тактические медиа формируются группами или индивидами, ощутившими себя ущемленными со стороны широкой культуры. Они используют дешевые «do it yourself»-медиа, доступ к которым стал открыт благодаря революции в потребительской электронике и расширенным возможностям пространства (от общественных кабельных ТВ до Интернета)» [3].

Это тип изданий, претендующий на общественный контроль за действиями власти, декларирующий цели противостояния и критики существующей позиции власти, предупреждения общественности об ее антинародных действиях и незаконных перераспределениях ценностей. Определение «тактический» подчеркивает мобильность, которая дает превосходство над такими «стратегическими» игроками, как большой бизнес и государство [Там же].

Сравнительно недавно в России художники стали использовать межкультурное пространство для призывов к социальным изменениям. Творческие личности образуют новые формы коллективного существования, объединяются с субкультурами и общественными движениями, объявляют себя активистами — активными участниками современной социально-политической жизни. Например, сообщество «МедиаУдар» включает художественные проекты в реальные социально-политические практики — защиту окружающей среды, развитие системы альтернативного образования, борьбу с цензурой и диффамацией по отношению к деятелям культуры [6].

Термин «тактические медиа» был впервые введен в 1996 г. в манифесте «The ABC of tactical media», написанном Дэвидом Гарсиа и Гертом Ловинком в преддверии второго фестиваля тактических медиа «next5minutes» (Амстердам, медиацентры De Waag и De Balie). Тактические медиапроекты часто сочетают в себе искусство и активизм. Хотя нет жестких сред, через которые они осуществляют свою деятельность, тактические медиа часто могут иметь очень высокую эстетическую ценность, добавляя к своей «зрелищности» еще и укрепление некоторых художественных традиций. Тактические медиа — вариант альтернативных СМИ, представляющих большое количество течений в искусстве и оказывающих, несмотря на свою локальность, масштабное влияние.

Тактические медиа нередко заимствуют методы не только художественных, но и социальных и политических движений; придают новый смысл образам массовой культуры, идущим вразрез с господствующими СМИ, тем самым порождают новую эстетику.

Тактические медиа используются также как инструмент политического управления в ходе взаимодействия между субъектами коммуникации; эти

субъекты применяют в своей деятельности совокупность процедур, операций, приемов для достижения политической цели. Французский философ Мишель де Серто в своем эссе (1984) под названием «Практика повседневной жизни» показал, что сами потребители информации фактически выступают в этих медиа в качестве ее производителей. Такая информация движется в технократически сконструированном пространстве и с помощью уже установленного словарного запаса. По его мнению, повседневная жизнь предполагает не только изучение «народной культуры», но и обязательное изучение проблемы повседневного сопротивления политическому режиму.

Тактические медиа служат не только источником осведомления общественности о действиях властей и информирования о попытках подавления протестов, но и средством быстрой мобилизации людей для проведения политических акций. Заложенный в них энергетический потенциал, а также организационный ресурс, оперативность, метафоричность и мобильность составляют основу их воздействия [10].

Хотя тактические медиа являются локальными по месту производства, они, как правило, присутствуют на глобальном уровне. Много тактических медиапроектов работает в физическом пространстве, но наиболее часто они используют пространство сетевое, что расширяет их влияние.

Так называемые *tactical media*, провозглашающие борьбу «с устойчивой тенденцией к репрессиям, эксплуатации, изоляции, отчуждению и корпоратизации», сами направлены в основном на деструкцию и разрушение (например, используют такие формы борьбы, как политические флешмобы — акции в общественном пространстве, когда группа незнакомых людей организуется при помощи коммуникаций в Интернете или других сетях: люди собираются в назначенное время, производят неожиданное действие и затем исчезают, не вступая друг с другом в контакт).

Массмедиа придают событиям «важный смысл», озвучивая цели активности, предлагая определенные действия, вовлекая в кооперацию новых агентов, воздействуя на протестную часть социума. В оппозиционных СМИ используется тотальная критика существующего строя, внедряются ярлыки «тирании», тем самым обостряются социальные, национальные, идеологические конфликты общества.

Учитывая особенности восприятия информации аудиторией, тактические медиа используют не только символический язык ярких мобилизующих образов, распространяемых как эпидемия, но и такие средства внушающего воздействия на коллективное бессознательное, как звук голосов, цвет, пластика движений, лозунги [1].

Журналисты и блогеры, как правило, пассионарные личности, сами вовлечены в процесс мобилизации: становятся не только проводниками определенных идей или пламенными агитаторами, но основателями мобилизационных групп (блогер Илья Файбисович, журналисты Сергей Пархоменко, Филипп Дзядко, Максим Шевченко). Информация из тактических медиа нередко попадает в ленты известных информационных агентств, становясь достоянием миллионов.

Усугубляют положение в России онлайн-социальные сети «Facebook», «Twitter», «Живой журнал» «ВКонтакте», «Одноклассники», которые, помимо выполнения функций поддержки общения, обмена мнениями, получения информации членами их организации, в последнее время все чаще становятся объектами и средствами внешнего информационно-психологического управления и ареной информационного противоборства на различных уровнях стратификации российского общества [4], провоцируют социальные эпидемии. Членами таких деструктивных сетей, как правило, являются молодые люди, так называемые пассионарные лица, склонные к неконформизму и перманентной борьбе со всем «старым».

С одной стороны, медиаактивисты, по мнению аналитиков, видят наиболее гармоничный путь развития человеческого общества во «взаимопомощи, открытости и самоорганизации — того, чему учат <...> программы гражданской солидарности, сетевые общества, тактические медиа» [2], а с другой — используют возможности для продвижения идей протеста, инакомыслия и бунта (например, камерные технические средства информации: самиздат, бесплатное радио и мини-FM, каналы публичного доступа по кабельному телевидению). Выросшие на почве альтернативных культурных течений середины 90-х гг., сегодня тактические медиа представляют собой форму коллективного существования и политического активизма, суть которого в том, чтоб «сильным» глобальным производителям информации противопоставить тактику «слабых» (уловка, случай, искусство делать ходы, рекомбинации и импровизации).

Тактические медиа организуют акции против глобальных организаций (G8, G20, WTO) и корпораций (Microsoft, Pepsi, Nike и др.); являются неизменным участником всех «цветных» революций и мероприятий по защите меньшинств (см. украинский сайт www.Zaraz.org).

В сетевом сообществе популярен итальянский сайт тактической/боевой медиагруппы (Tactical Media Crew's), представляющий собой платформу медиа-антиглобалистов, анархистов или других «непричесанных и неспокойных партизан в сияющем мире консьюмеризма»; в России известен проект IndyVideo.ru, представляющий собой синтез протестных политических движений и новых технологий. Подобные медиа возникают во всех странах мирах.

Современный отечественный тактический медиапроект *IndyVideo.ru* — онлайн-архив социальных акций, версии которых оперативно монтируются и появляются на свет спустя два часа после акции.

Предмет отражения информационных материалов, размещенных на платформе «такт-медиа» [9], — это люди, ценности и смыслы, одушевляющие независимое гражданское общество и влияющие на государство, рынок, академическую среду, правовые институты и др.

В социальной практике тактические медиа (ТМ) реализуют функции мобилизации, подрыва, разрушения, создавая пространство критической мысли, направленной против государства, рынка, академической среды, правовых институтов и др. [8]. Специфика ТМ в том, что они всегда подвижны, изменчивы и никогда не имеют конечной цели.

Интенсивно завоеывая информационные пространства, сегодня тактические методы начинают определять новую культуру независимой коммуникации (public doimen) со своими ценностями, формами и языком. Существуют различные точки зрения на природу этих медиа, часть исследователей полагает, что их функции больше соответствуют стратегическим, нежели тактическим, и проводят водораздел между понятиями «стратегия» и «тактика»: стратегия использует пространство, тактика — время.

Тактические медиа имеют двойкий характер: преследуют как конструктивные, созидательные цели (активизация социальных групп, сплочение единомышленников), так и деструктивные (снижение активности социума, дестабилизация, дезорганизация, дезинтеграция), увеличивающие степень конфликтности политического взаимодействия в условиях глобализации. Новый тренд в области тактических медиа — локативные медиа, получившие известность в 2004 г. Эти СМИ реализуют артистические и информационные проекты, работающие с функциями локализации абонента с помощью технологий Wi-Fi, GPRS и других опций, встроенных в мобильные телефоны нового поколения. Особенность тактических медиа в том, что они никогда не достигают состояния совершенства; постоянно меняются, потому что решают оперативные задачи, адекватные времени, практически всегда разрушают представления людей о ценностях и традициях.

1. Деструктивные сетевые социальные структуры как средство информационной войны и угроза безопасности России [Электронный ресурс]. URL: <http://old.geopolitica.ru/Articles/1218/> (дата обращения: 13.03.2014).

2. Киреев О. Поваренная книга медиаактивиста [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-reading.by/bookreader.php/104538/Kireev_-_Povarennaya_kniga_media-aktivista.html (дата обращения: 03.12.2013).

3. Криволап А. Девальвация медиаактивизма: «от DIY до Like» // Международный журнал исследовательской культуры. URL: <http://www.culturalresearch.ru/ru/media/73-devact> (дата обращения: 03.04.2014).

4. Мелехова Н. Тактические медиа: оппозиция дезинформации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rudocs.exdat.com/docs/index-84959.html?page=38> (дата обращения: 13.03.2014).

5. Новые средства массовой информации, искусство и наука: Исследования за пределами официального дискурса / С. McQuire, Н. Papastergiadis (eds). Империи, руины + сетей: транскультурные повестки дня в искусстве. Мельбурн, 2005.

6. Секция «Тактические медиа» [Электронный ресурс]. URL: <http://mediaudar.net/blog/2013/10/13/sekciya-takticheskie-media/> (дата обращения: 02.12.2013).

7. Сосна Н., Федорова К. Медиа: Между магией и технологией. СПб., 2014.

8. Тактические медиа и арт-активизм [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tact-media.livejournal.com> (дата обращения: 13.03.2014).

9. Previous 30 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tact-media.livejournal.com> (дата обращения: 13.03.2014).

10. Twitter will fuel more revolutions [Electronic resource] // The Sunday Times. URL: <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/news/ireland/News/Comment/article547989.ece> (accessed: 03.04.2014).

Статья поступила в редакцию 4.04.2014 г.

СОЦИАЛЬНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ЭТНИЧНОСТИ: РОЛЬ И ЗАДАЧИ МАССМЕДИА (К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ)

Статья посвящена проблеме социального конструирования этничности при непосредственном взаимодействии представителей различных социумов с массмедиа. В частности, автор делает вывод, что глобализация и интернационализация всех сфер нашей жизни выводят в число наиболее актуальных проблематику полиэтничности как особой формы существования этнического. В литературе при обсуждении данного комплекса проблем, как правило, основное внимание уделяется предложениям по поиску конструктивных решений в сфере политики. Автор статьи утверждает, что сегодня возникла необходимость и в новых научно-методологических подходах к анализу, что предполагает прежде всего поиск путей эффективных решений в информационной сфере. На конкретных примерах также показывается, как реализуется на практике процесс дискурсивного конструирования этничности при посредстве массмедиа.

Ключевые слова: конструкт; этничность; гражданская журналистика; мифологическое сознание; манипуляция; массмедиа; толерантность; стереотип; самоотжествление личности; модель.

Россия, как известно, является одной из самых многонациональных стран мира. В листах переписи 1994 г. фигурировало 176 народов России, после переписи 2010 г. в различных источниках, как правило, указывалась цифра «более 180». Такая расплывчатость в последнем случае была обусловлена двумя факторами: добровольностью отнесения себя отвечающим к той или иной национальности или отказом отвечать на данный вопрос, что также было допустимым. В отчете Федеральной службы государственной статистики (Росстата) по итогам последней столь масштабной переписи населения России отмечается, что «в 2010 г. насчитывалось 22 наиболее многочисленных национальности, численность населения которых превышала 400 тыс. человек, в 2002 г. таких национальностей было 23, а в 1989 г. — 17. В период 1989–2002 гг. в группу наиболее многочисленных национальностей вошли азербайджанцы, даргинцы, кабардинцы, кумыки, якуты и лезгины. ...численность семи национальностей превышает 1 млн человек. ...русское население является наиболее многочисленным (111 млн человек) и составляет 80,9 % общей численности населения» [10, 73].

Показательны и другие цифры. Так, переписью были учтены все варианты самоопределения населения по вопросам родного языка и владения языками в целом. В 2010 г. владение русским языком указали 138 млн человек (99,4 % из числа ответивших на вопрос о владении русским языком; для сравнения:

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).

в 2002 г. — 142,6 млн человек, или 99,2 %). Среди других языков наиболее распространенным является (вот может быть для кого-то неожиданность!) — английский язык. Владение им указали 7 млн 574 тыс. наших сограждан (в 2002 г. — 6 млн 955 тыс.). На втором месте — татарский язык (соответственно 4 млн 281 тыс. в 2010 г. и 5 млн 348 тыс. в 2002 г.), далее с заметным отставанием Росстатом указаны (по убывающей, в процентном отношении) — немецкий, чеченский, башкирский, украинский, чувашский языки [10, 78].

Вместе с тем сегодня никто, наверное, не будет спорить по поводу того, что глобализационные процессы, интернационализация всех сфер нашей жизни выводят в число наиболее актуальных прежде всего проблематику полиэтничности как особой формы существования этнического. Полиэтничность — совокупность исторически сложившейся общности людей, «проживающих на определенной территории, обладающих разнородным языком, культурой, национальным самосознанием, иногда принадлежащих к разнорелигиозным группам, но не идентифицирующих себя с гражданами одного и того же политического и экономического единства». По мнению исследователей, следует отличать полиэтничность от многонациональности — «совокупности согражданства людей, обладающих разнородной культурой, различным языком, иногда принадлежащих к разноконфессиональным группам, но проживающих на определенной территории, характеризующейся единством внешней и внутренней политики, а также тесными экономическими связями» [3, 8].

Данного рода уточнение тем более важно, что в России, в отличие от других государств, к примеру от Австралии или США, где представители разных этносов, национальностей имеют свою прародину и при желании для них вполне реальна реэмиграция (что и имело место в определенные исторические периоды), большинство народов являются коренными жителями. Проблема поиска новой российской идентичности, особо актуализировавшаяся после распада СССР, а также проблема роста межэтнической напряженности в современной России, обусловленная в том числе внешнеполитическими, экономическими и миграционными процессами, находят выражение в многоаспектном обсуждении научным сообществом и общественностью. В частности, это находило и находит выражение в коллективном поиске общенациональной идеи и ее выражения в той или иной идеологии. Достаточно вспомнить самые разнообразные предлагаемые версии: от «евразийской модели» до разнополярных «западной либеральной» и почвенической, сугубо «русской идеи». А. И. Солженицын между тем выдвигал и, скажем так, переходный вариант — собрать по миру разлетевшихся сыновей земли Русской. Хотя нужно иметь в виду, что в политологическом сообществе есть и принципиально иная точка зрения на эту проблему: «...при всех попытках элит опереться на некие “духовные скрепы”, последние неизменно ориентированы на консервацию отсталости в виде архаических рассуждений об аутентичных традиционных, исторических и национальных ценностях, совершенно не затрагивающих актуальный политический порядок и капиталистическую реальность» [5, 97].

Между тем, как нам кажется, до сих пор при обсуждении данного комплекса проблем основное внимание уделяется прежде всего предложениям

по поиску конструктивных решений в сфере политики. Это, безусловно, наиболее ожидаемый путь, но ведь процесс формирования нового типа этноса — российской нации далеко не завершённый, как мы отмечали, развивающийся весьма противоречиво и, главное, — осложняющийся полной открытостью информационных границ современного российского общества. Осложняющийся не в смысле «плохо, что это так», а в смысле «это требует принципиально новых конструктов при реализации государственной политики в сфере масс-медиа».

Ведь сегодня массмедиа являются не только информационным ресурсом, позволяющим своевременно информировать граждан по всем жизненно важным вопросам общества, решать задачи просветительского, воспитательного, рекреационного и т. д. характера, но и в идеале — площадкой (каналом, средством) для представления всего спектра и развития различного рода инициатив активных представителей тех или иных социумов. Но вот парадокс: сегодня эти задачи, причем практически без каких-либо ограничений со стороны общественных институтов и в режиме реального времени, могут осуществлять как индивидуальные пользователи Глобальной сети, так и маскирующиеся под них иные субъекты информационной деятельности. Если при этом не нарушаются конституционные нормы и законодательство, то такого рода деятельность становится системной и является, как свидетельствует практика последних лет, серьезной конкурентной средой для традиционных СМИ и сетевых изданий.

Следовательно, такого рода информационная деятельность, именуемая чаще всего как гражданская журналистика (*civic journalism*), стала сегодня, наряду с массмедиа, в условиях перманентного развития и совершенствования технологий трансляции различных видов информации одним из важных факторов развития конвентивных (договорных) и коммуникационных (диалоговых) стратегий¹. В научно-теоретическом контексте под гражданской журналистикой, по мнению экспертов, понимается направление системно реализуемой информационной деятельности, которое ставит целью развитие общественных инициатив и содействие росту гражданского потенциала личности, а также способствует формированию на демократических принципах местного или иного сообщества. Причем таковым является и информационное сообщество, привычнее сказать — та или иная аудиторная группа. Ведь, к примеру, число читателей текстов активного блогера может исчисляться сотнями, даже тысячами. Вместе с тем существует точка зрения, что гражданская журналистика — это не что иное, как вид увлечения, получивший широкое распространение с развитием Интернета и новых цифровых технологий, и этому увлечению посвящают свое свободное время люди разных профессий.

¹ См. [8]. Несколько иной аспект данной проблематики — роль СМИ и социальных сетей как акторов политических действий, привлекая новейший эмпирический материал, рассматривает в своей диссертации Ю. А. Ильчева: *СМИ в мобилизационных технологиях: цели, функции, политические последствия* : дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2014.

Следует признать, что развитие данного вида взаимосвязей индивидуальных коммуникаторов и их аудитории, безусловно, предопределило перманентно растущее влияние Интернета не только как источника новостей, но и способа выразить свое мнение по поводу волнующих тебя событий. Социологи Левада-центра еще два года назад [23] отметили характерную тенденцию: около четверти опрошенных используют Сеть в первую очередь для отслеживания новостей. Однако возрастание количества таких респондентов было обусловлено прежде всего ростом политической активности граждан и публичными мероприятиями политического характера. Причем, по мнению социологов, желание «виртуально выговориться» или «получить информацию из первых рук, а не опосредованно» является в данном случае определяющим.

Все вышесказанное свидетельствует, на наш взгляд, о том, что не только межкультурные коммуникации и социальные коммуникации в целом, но и процесс межэтнических отношений различных групп сегодня во многом определяются характером, содержанием, а также интенсивностью информационного обмена. Достаточно вспомнить ситуации, когда публикации массмедиа или те или иные информационные сообщения в СМИ или в Глобальной сети могли буквально взорвать общество, а в некоторых случаях даже разделить его на «своих» и «чужих». Обратимся к недавним событиям.

Депутат Калининградской областной думы от партии «Единая Россия» Олег Большчев назвал своих коллег по парламенту Соломона Гинзбурга и Арсения Махлова *«евреями, засевшими в оппозиции»*, к тому же попутно обвинив их в организации Октябрьской революции, а затем и распада СССР. Как сообщает Newsru.com, инцидент произошел во время пленарного заседания 6 февраля 2014 г., был выложен на «Ютубе». *«В Российском еврейском конгрессе высказывания парламентария посчитали проявлением антисемитизма. Представители конгресса заявили, что демарш Большчева характеризует его как маргинального политика, а заявление депутата идет вразрез с позицией руководства области»* [11].

Примерно в эти же дни, как свидетельствовала «Газета.Ru» [24], лидер фракции «Единая Россия» в Госдуме Владимир Васильев призвал радиостанцию «Эхо Москвы» извиниться за «фашистские» высказывания ведущего Виктора Шендеровича о зимней Олимпиаде в Сочи. Суть в том, что в блоге на сайте «Эха Москвы», говоря о Сочи-2014, Шендерович, в частности, вспомнил Олимпиаду в Берлине летом 1936 г. и победу толкателя ядра Ханса Вельке — «первого немецкого чемпиона в легкой атлетике». *«Мы уже имеем одну кампанию, которая взывает к общественному мнению, мы имеем ситуацию с “Дождем”, сейчас на “Эхе” прозвучала информация, за которую, мне кажется, придется извиняться»*, — подчеркнул Васильев.

Редактор отдела репортажа «Русского репортера» Андрей Молодых, по сути, спроецировав подобного рода «дискуссии» на массовые действия в Украине, на примере формирования отношения к пролившейся крови на майдане назвал вещи своими именами: *«Нам не по 16 лет, и с образованием все в порядке. Мы просто в какой-то момент в своих спорах перестали принимать в расчет*

ценности цивилизации: закон, переговоры, власть и прочую никому не нужную ерунду. Зачем? Сейчас важнее другое: зов крови, закон джунглей. ...я точно знаю, как называется каша в моей голове. Мифологическое сознание. Это когда мир вокруг описывается не законами науки и цивилизации, а вульгарными представлениями о бытии» [6, 10].

Вопрос о том, кто формирует мифологическое сознание, можно считать риторическим. На митинги, собрания, любые другие формы прямого контакта с носителями той или иной информации выходят далеко не все. А СМИ и Интернет — вот они, рядом. И порой так доступно все раскладывают по полочкам. Только почему потом в голове оказывается та самая «каша»?

Безусловно, особенно тревожными выглядят как вышеописанные, так и любые другие подобные ситуации во взаимосвязи с темой воспитания толерантности, принятия чужой инаковости в нашем обществе. А проблема межэтнических отношений — она к тому же почти в прямом смысле взрывоопасна. Но новейшая практика актуализирует и проблему, которую можно обозначить как информационно-психологическую репрессивность и которую при определенных условиях могут реализовать массмедиа. Мы уже писали о том, что «возникающий при этом “эффект влияния толпы” или “группового давления” побуждает индивида к действиям активным, но не всегда четко осознаваемым. Все это дает возможность довольно легко развернуть их в сторону асоциальности, диапазон которой довольно широк: от обычного бытового хулиганства — до антиконституционных действий с элементами убежденности в истинности предложенной кем-то альтернативной псевдоидеологической платформы. Кроме того, любые системно транслирующиеся внешние воздействия манипулятивного характера, как известно, в конечном итоге могут приводить также к кризису индивидуальной субъектности личности» [8, 32].

Дискурсивное конструирование этничности, а также понимание этничности как социально сконструированного маркера различий, организующего и объясняющего характер социальных взаимодействий, характеризует в современной социологии и политологии системное представление о данном явлении [27, 211–236]. При этом нужно учитывать и тот факт, что, по мнению ряда исследователей, растущая потребность тех или иных социальных групп в изменениях нередко «наталкивается на доминирующие ценности домодерного презентизма как нежелания выйти за пределы настоящего даже в социальном воображении и политической утопии. Любое *социальное конструирование* (выделено мной. — В. О.) интерпретируется антимодерными социальными силами как призыв к разрушению социального порядка» [5, 92].

Однако системный анализ показывает, что роль и функциональные особенности массмедиа как формирующего субъекта в работах по данной тематике чаще всего отдельно не выделяются, а присутствуют, что называется, «по умолчанию». Вместе с тем исследования представителей уральской школы журналистики по моделированию массово-коммуникационной деятельности, отслеживанию процесса формирования и развития профессиональной культуры журналистов [9] свидетельствуют, что именно массмедиа чаще всего

являются одним из главных механизмов, лежащих в основе активизации социальной природы тех или иных характеристик личности, отдельных групп или социумов в целом. По всей вероятности, это можно отнести и к этничности как одному из системообразующих свойств той или иной этнической общности. Рассмотрим в данном контексте массмедиа, выполняющие роль социального конструкта, «притягивающего» информацию, или своего рода силовых «полей», в которых он функционирует.

Если воспользоваться типичным для современной социологии конструктом анализа этничности [4, 26–34], то он должен включать в себя три основных элемента: построение этнических границ, дискурсивное конструирование этничности и повседневные практики. Но, как свидетельствует новейший массово-коммуникационный опыт, в отношении описания в этом процессе роли массмедиа с непреложностью следует рассматривать, на наш взгляд, и четвертый элемент — межкультурное самоотождествление личности как показатель ее психосоциального благополучия. Обратимся к примерам.

Этнические границы как социальная категория и индикатор этнических различий обладают, как известно, символической природой и наполняются реальным содержанием или даже неким смыслом лишь в том случае, если воспринимаются как значимые для индивида или группы. Поиск индивидуального, идентифицирующего/типизирующего данную группу, нередко является отражением стратегии, реализующей деление окружающих тебя людей на «своих» и «чужих». Как мы уже отмечали, массмедиа в ряде случаев являются своего рода катализатором данного процесса.

Приведем простой пример. В газете «Завтра», на страницах которой можно найти немало примеров реализации данного рода стратегии, журналист Галина Иванкина, полемизируя с Ариной Холиной, озаглавившей свой текст на сайте журнала «Сноб» недвусмысленно «Свои и чужие. Омерзительная расплата» [21], пишет:

Как еще можно распознать Чужого? Он всегда называет Россию — Рашкой, причем вне зависимости от общественного строя. Она у него и при Петре Великом — тоже Рашка, ибо Чужой ненавидит всякую власть. Тем не менее Чужой чаще всего смакует эстетику Третьего рейха и признает ее «жестокий эротизм» и «завораживающую брутальность», а если речь заходит о противостоянии Германия VS СССР, то он непременно выдаст: «По сути, Гитлер и Сталин были одинаковы, но у Гитлера было на порядок цивилизованней и намного красивей». Чужому нравится декадентское разложение в духе «Ночного портье», откуда он и черпает свои гнилые грезы о Третьем рейхе. Чужой ненавидит любую крепкую общность — он считает ее толпой, ибо сам он — эксклюзивное изделие, не ширпотреб, а индпошив. Он — это «кино не для всех» и концептуально читиво. Чужой обожает Я и презирает МЫ (*Чужие и свои // Завтра. 2013. 5 нояб.*).

Можно предположить, что колумнист «Сноба» представила на суд читателей (а в день обращения мы обнаружили, что данный текст просмотрели, судя по счетчику, около 160 тыс. человек) некий идеологизированный манифест. На самом деле автор написала достаточно субъективизированное эссе с рядом зарисовок «с натуры». Правда, в тексте Ариной Холиной была использована

именно та лексика, которая вызвала у оппонента пафосные обвинения и выводы глобального масштаба:

Никто не бывает немного беременным или немного расистом. Если человек, условно, «не понимает» Кандинского — он сразу из тех, Чужих, которые с постерами кошечек на кухне. И которые все зло видят в дворниках-таджиках. Иногда мы сами оказываемся теми, кто приводит в свой круг людей, которые способны заявить, что «геи должны сидеть дома и не отсвечивать». ...лучше не допускать Чужих слишком близко. Они хваткие. Это про них «дашь палец — руку откусит». Не успеешь оглянуться — и ты уже «уважаешь их мнение». Но знаете? К черту. Пусть делятся своим уникальным мнением сами с собой. Пусть женятся, размножаются и дружат с себе подобными.

Именно обобщения на уровне «мы» и «они» и вызвали столь неоднозначное восприятие журналистом данного текста, выразимся так: с обидой «за все Отечество».

К слову, в период проведения зимних Олимпийских игр в Сочи журналисты даже придумали и затем активно использовали термин «свои-чужие» чемпионы игр. Они имели в виду прежде всего тех, кто были родом или начинал спортивный путь в России, но медали завоевали, будучи гражданами другой страны, например, Белоруссии и Словакии, как биатлонистки Д. Домрачева и А. Кузьмина.

Специалисты Центра цивилизационных и региональных исследований Российской академии наук еще несколько лет назад в ходе проведения масштабного социологического исследования пришли к выводу, что «современные СМИ, благодаря растущим возможностям виртуального воздействия на сознание и подсознание массовой аудитории, предлагают обществу готовые ценностно-смысловые и поведенческие модели. Эти модели могут консолидировать общество, достаточно эффективно снимать социальную напряженность и стрессовые психологические нагрузки, но могут и подрывать позитивную консолидацию и психологическую устойчивость социума путем создания и продвижения в массы образов врага, расщепления эмоций зрителей, слушателей, читателей до уровня простейших, взвинчивания агрессивных настроений толпы» [19].

Пример с олимпийскими чемпионами, конечно же, иного порядка. Да и прямая этническая конфликтогенность, в силу того, что этому аспекту деятельности СМИ на правовом и этическом уровнях в последние годы уделялось и уделяется Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, Союзом журналистов России достаточно большое внимание, стала не характерна для повседневной практики. И неполиткорректные «ляпы», и прямые и косвенные обвинения, построенные в том числе на принадлежности субъекта критики к тому или иному этносу, как правило, ушли в прошлое. Вместе с тем в профессиональном журналистском сообществе в последнее время широкий резонанс получили обсуждения публикаций, в которых речь идет как раз о том, что этнические границы зачастую заменяются сегодня псевдоэтическими, по принципу «тот, кто не с нами, тот...». Журналист «Новой газеты» О. Тимофеева в беседе

с заместителем главного редактора радиостанции «Эхо Москвы» О. Королёвой так формулирует главный тезис, с которого начинается интервью:

Слова всегда были метками, по которым люди опознавали «своих и чужих». Но еще не так давно «свой и чужие» вступали в словесную полемику, выясняя смысл сказанного, сейчас ответом на любое высказывание оппонента становится попытка его уничтожения — прекратить вещание, уволить, приговорить к штрафу, побить в подворотне [13].

Собеседница, к слову, автор и ведущая программ «Говорим по-русски», кандидат филологических наук, ответ находит отнюдь не в плоскости языкознания:

Что это за внезапная, на грани помешательства, фокусировка на словах и дискуссиях, которые до недавнего времени были в порядке вещей? Что за ней стоит? У меня есть предположение, довольно простое. За такими реакциями обычно скрывается страх — страх, что произнесены будут совсем другие слова, гораздо более болезненные для тех, кто сейчас пытается запретить дискуссии...

На наш взгляд, в данном случае речь может идти также о проблеме **дискурсивного конструирования этничности**. Элиты, согласно описаниям моделей властного дискурса по П. Бурдьё и Т. А. Ван Дейку, несут полную ответственность за производство, развитие и всяческое поддержание действующих социальных конструкторов. Но властный и повседневный дискурсы нередко как бы вступают в противоречие на уровне публичного обсуждения тех или иных законодательных инициатив властных структур различного уровня, по крайней мере, при опубликовании в массмедиа. Под дискурсом мы в данном случае понимаем деятельностьную составляющую языкового поля, т. е. не только то, *что* и *как* говорится, но и *с каким эффектом* это воздействует на аудиторию.

Только один пример. Власти Екатеринбурга, выполняя распоряжения вышестоящих органов, распространили через СМИ под заголовком «Водителей-гастарбайтеров в России заставят заново сдавать на права» следующую информацию:

Автомобилисты, которые получили водительские права в своем государстве, будут обязаны сдать экзамен заново: как теорию, так и практику, пишет сегодня «Российская газета». Соответствующие поправки к закону о безопасности дорожного движения уже направлены в Государственно-правовое управление президента, а после утверждения проект будет вынесен на рассмотрение депутатов Государственной думы. Отметим, что запретить гастарбайтерам ездить по национальным водительским правам ранее предлагали члены либерально-демократической партии России. Сторонники Жириновского уверены, что в случае принятия данного запрета дороги будут очищены «от низкоквалифицированных водителей, севших за руль автобусов и маршрутных такси» [12].

Общественное мнение, как мы выяснили на основании анализа 128 сообщений на форумах ведущих СМИ и сетевых изданий города в тот период, информацию об очищении дорог «от низкоквалифицированных водителей» восприняло с одобрением. Но вот парадокс: проходит ровно 11 месяцев, и

информационные агентства вновь распространяют информацию на данную тему, но ее содержание, основанное на пресс-релизе ГИБДД, весьма туманно:

Водители-мигранты маршруток сейчас сдают экзамены в свердловской ГИБДД. Как объяснили «URA.Ru» в ведомстве, пока иностранцы сдают только теорию. «Согласно распоряжению из Москвы, они сдают у нас теорию по заявкам из транспортных организаций. На этом все. Эти результаты экзаменов остаются у нас. Однако после этого они удостоверения наши не получают. Сейчас, чтобы получить права, им нужно сдать теорию и два этапа практического экзамена. Удостоверение им будет выдаваться на срок действия их регистрации» [22].

Ясность наступает, когда обнаруживаешь логическую сообразность данного решения административных органов:

После того, как вчера многие транспортные компании не выпустили на линию около 50 % маршруток с иностранными водителями, с руководителями провели разъяснительную работу. Им объяснили, что запрет на управление общественным транспортом без российских прав вступит в силу лишь в мае 2014 года. Сегодня никаких сложностей у жителей дальних районов не возникло: в рейс вышли все водители [22].

На основании этих и ряда других текстов подобного характера можно сделать вывод о том, что та или иная группа или лица, обладающие властью, имеют возможность при посредстве массмедиа не только конструировать социальные репрезентанты и некие символы, свидетельствующие о реализации управленческих решений, но и в случае столкновения с неучтенными реалиями повседневной жизни социума — контролировать последствия публичного дискурса. Другое дело, что вышеописанные реалии, едва не приведшие к транспортному коллапсу больших городов, можно было не только спрогнозировать, но и предупредить, если бы обсуждение данной проблематики было вовремя перенесено из коридоров власти в СМИ, а возможно и на площадки гражданской журналистики. Другое дело, что в условиях, когда массмедиа в силу ряда объективных и субъективных причин не обладают сегодня соответствующим статусом, результативность такого обсуждения была бы весьма невысокой. Ведь невозможно отрицать очевидное — дискурсивное производство большинства конструктов, конечно же, находится в институциональном поле. Российская же журналистика как социальный институт чаще всего оперирует материалом повседневных практик.

Как известно, *повседневные практики* для массмедиа являются не чем иным, как проявлением, а в ряде случаев и следствием реальных процессов конструирования многих социальных маркеров, в том числе и этничности. Причем при этом на основании системно сконструированных информационных потоков может происходить изменение тех или иных социальных практик по отношению как к субъектам, так и к объектам данного рода деятельности. Причем, к примеру, крупнейший английский социолог и политолог Э. Гидденс считает, что устоявшиеся, типичные образцы социального поведения детерминированы самим социальным воспроизводством, его рутиной [25]. Рутин же в его понимании — социальные практики, основанные на бездумном характере повседневного взаимодействия. Другие исследователи, в част-

ности П. Эссед, позднее доказали, что рутинные значения и смыслы практик нередко воспринимаются индивидами или даже целыми группами как существенные, неоспоримые в той или иной системе культурных норм, ожиданий.

В идеале поведение любого человека, в том числе и массово-коммуникационное на уровне отбора информации для восприятия и дальнейшей интериоризации, должны определять знания, убеждения, мировоззренческие ценности и т. д., т. е. те когнитивные механизмы, которые в дальнейшем интегрируются в социальные взаимодействия и отражаются в поведении индивида или группы. Реальная же практика свидетельствует, что одним из важнейших индикаторов этничности как социального конструкта являются стереотипы. Поэтому, убеждены эксперты [4], изучение стереотипов — один из подходов именно дискурсивного системного исследования проблематики социальной природы этничности. Стереотипы же, по их мнению, не только детерминируют восприятие объектов чужой культуры или группы, но и как бы предлагают для восприятия и интериоризации упрощенные и оценочно однозначные образы. Как элементы общего знания/здорового смысла стереотипные представления, как правило, разделяются многими членами той или иной группы. В таком качестве они функционируют как проводники знания либо через них выражаются свойства социального конструкта этничности.

Причем стереотипы мышления сегодня чаще всего используются в контексте манипулирования аудиторией массмедиа при помощи новейших технологий. В массовое сознание они внедряются при помощи различного рода способов и приемов. К ним относится, к примеру, конструирование информационных мифов. Последние мы определяем как взаимосвязь, наделение тех или иных реальных событий, конфликтных ситуаций, процессов и массмедийных персон мифологическими, а нередко и псевдомифологическими чертами. Образно говоря, это идеализация или дьяволизация тех или иных фактов. Массмедиа в таком случае усиливают влияние на область бессознательно-го и в результате — на массовое сознание и поведение представителей того или иного социума или конкретного человека [1, 36–52]. Использование стереотипов и мифов в интересах информационно-психологического воздействия является одним из важных аспектов, которые имеют отношение к проблемам конструирования социальной реальности, а также, конечно, манипулирования сознанием.

Этнические стереотипы можно подразделить на два вида: автостереотипы и гетеростереотипы.

Автостереотипы включают в себя мнения, суждения, оценки, относимые к той или иной этнической общности ее представителями. Как правило, автостереотипы содержат комплекс положительных оценок, правда, нередко выражаемых в шутливой, самоироничной форме. Типичные примеры их использования можно привести из любого СМИ. Вот, к примеру, один из них:

В поздравлении депутата Тюменской областной думы, писателя Сергея Козлова, в частности, отмечено: «Говорят, что русские медленно запрягают, но быстро ездят. 2014 год — год лошади. Пусть это символично, но желаю всем нам наконец-то запрячь и поехать, обгоняя всех. Главное — в правильном направлении и по хорошим дорогам!» 18].

Примечательно, что, проанализировав тексты российских массмедиа за несколько месяцев, в частности, за февраль 2014 г., мы обнаружили, что в период проведения Олимпийских игр в Сочи также наиболее часто в заголовках и в разножанровом контенте обыгрывался именно вышеприведенный стереотип (было выявлено более ста случаев его употребления).

Гетеростереотипы являют собой уже совокупность не нейтрально преподносимых или в той или иной мере завуалированных, а конкретных оценочных суждений, выносимых о других народах представителями данной этнической общности. Причем они могут быть как положительными, так и отрицательными, в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов. В качестве примера можно привести следующий красноречивый (по мнению автора) заголовок публикации: *«Хитрые хохлы и хитрые евреи — для России это давно не актуально. Китайцы похитрее будут»* [17]. Журналисты газеты «Новости Югры» в лирической подводке к первополосной публикации на актуальную для северян тему погодных превратностей обратились вдруг, что называется, ни к селу ни к городу, к данному стереотипу: *«Этой зимой многие руководители российских регионов жаловались на “неожиданно” пришедшие морозы, снегопады, гололедицу. А незваный гость, как известно, хуже татарина, тем более, если с ним (? — В. О.) появляются дорожные пробки, аварии и человеческие жертвы (? — В. О.)»* [7]. Скандал совсем недавно вызвало и публичное заявление, основой которого был следующий гетеростереотип: *«Глава московского землячества крымских татар Эрнст Кудусов публично назвал русских “потомственными рабами”. Соответствующее заявление Кудусов сделал в ходе своего выступления в эфире Общественного телевидения России»* [16].

Но с большей долей вероятности в качестве самого яркого примера наиболее часто использовавшегося в конце XX — начале XXI в. этностереотипа можно привести устойчивое словосочетание «лица кавказской национальности», лидировавшее в тот период в разделах, где в контенте средств массовой информации были представлены описания этнических конфликтов и криминальной хроники. В настоящее время в профессиональных стандартах деятельности и внутриредакционных требованиях подавляющего большинства российских СМИ чаще всего, что называется, «по умолчанию» заложены основы толерантного отношения к представителям различных этносов. Не последнюю роль в этом сыграл и факт ужесточения требований к текстам данного характера Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. К тому же профессиональное сообщество в лице Союза журналистов России выступило с инициативой, и 31 января 2013 г. прошла учредительная конференция Всероссийского конгресса этножурналистов (ВКЭЖ) «Культура мира». В рамках его деятельности было предложено проводить обучающие семинары, профессиональные конкурсы для журналистов, дни национальной прессы, праздники этнических газет и журналов, презентации книг, фильмов и т. д. Примечательно, что руководитель оргкомитета ВКЭЖ Джамиль Садыхбеков предложил также учредить «антипремию» для журналистов, пишущих о межнациональных отношениях.

Общественный деятель отметил, что она могла бы называться «черное перо» или «ржавое перо». «Проводить мониторинг среди журналистов, которые разжигают межнациональную рознь, чтобы вся страна знала, чем они занимаются!», — добавил он [15].

Важную просветительскую роль позднее, на наш взгляд, сыграла и успешная реализация совместного проекта Союза журналистов России и Института многообразия СМИ (Великобритания) для региональных журналистов. В одном из раздаточных материалов для них было прямое обращение и по поводу стереотипов: «Ваша роль заключается не в распространении расистских стереотипов, служении рупором для одной из сторон или тиражировании неподтвержденных слухов, которые могут подстегнуть экстремистские настроения. Преданы и солидарны вы должны быть своей аудитории, которой необходимо представить наиболее исчерпывающую и точную информацию» [20].

Четвертый элемент — *межкультурное самоотожествление личности*, которое, как мы отмечали, можно рассматривать прежде всего в качестве одного из важнейших показателей ее психосоциального благополучия.

В науке данный термин определяется как «психологический процесс, посредством которого субъект присваивает себе свойства, качества, атрибуты другого человека и преобразует себя — целиком или частично — по его образу. Построение и обособление личности осуществляется посредством (само)отождествлений» [14]. Самоотождествление (в нашем контексте — соотнесение себя с представителем того или иного этноса) может быть затруднено прежде всего из-за проблем межкультурного характера. Одной из них, по мнению экспертов, является проблема низкого уровня межкультурной компетенции личности. Межкультурная компетенция в идеале обуславливается отсутствием языковых барьеров, знаниями страноведческого или регионоведческого характера, определенных фактов культуры, а также чаще всего включает некий социальный опыт и определенные умения, без которых затруднено понимание действий или поведения человека, живущего в иной культуре. Как нам кажется, современная практика предполагает наличие в числе данного рода характеристик моделей коммуникативных действий и их интерпретаций. Ведь толерантность/интолерантность личности как форма принятия/непринятия чужой инаковости, терпимость/нетерпимость к разнообразию и готовность/неготовность подвергать сомнению некоторые собственные представления и нормы, принятые в твоем ближайшем окружении, характеризуют индивида не только (или даже не столько) в повседневном бытии.

Любопытна в данном контексте точка зрения Е. Филлипс, которая в научной статье [26, 8–13] использовала очень яркие метафоры. Автор, в частности, убеждена, что изучение языка и страноведения без изучения основ мировоззрения представителей изучаемой культуры подобно взгляду на мир одним глазом. Но в процесс формирования картины мира у любого индивида, как, впрочем, и у представителей тех или иных социумов, сегодня включены не только профессиональные журналисты, но и коммуникаторы других типов, в том числе, разумеется, и представители интернет-сообщества. Следовательно, как мы уже не раз отмечали, парадигма развития информационной культуры

общества в целом и профессиональной культуры журналиста в частности предполагает их тесную взаимосвязь. Ведь новейшая практика постоянно ставит перед специалистами массмедиа новые задачи. Они обусловлены как развитием и перманентным совершенствованием технологий, так и все расширяющимися возможностями практически любого человека в получении информации.

Вместе с тем исследователи, в частности профессор Ю. М. Ершов, с тревогой отмечают, что «проблема монополии на информацию и цензуры является для России критически важной при переходе к более конкурентному экономическому укладу. В условиях олигархической экономики и системной коррупции, основанной на переплетении власти и собственности, надо признать, что у нас нет никаких рычагов для борьбы с этим злом, кроме свободы прессы и демонаполизации информационных рынков. Проблема эта слишком глубока, и административно урегулировать ситуацию вряд ли удастся. Хвост... неизбежно будет вертеть собакой. СМИ необходимо *моделировать* (выделено нами. — В. О.) в соответствии с задачами дня, но еще важнее — с задачами XXI века» [2, 88].

Следовательно, профессиональная медиатеятельность требует от коммуникаторов активной жизненной позиции, при том информационно и, самое главное, творчески (небанально, нестереотипно) выраженной в том или ином продукте данного рода деятельности. Ведь сами по себе новейшие технологии передачи информации — это всего лишь канал, и не более того. Контент той же Глобальной сети нередко на 90 % состоит из репостов. А вот убедить коммуниканта принять точку зрения другого человека, поучаствовать в дискуссии на страницах печатных СМИ, сетевых изданий, в эфире телевидения или радио, просто задуматься, наконец, над тем, как без проявления агрессии или, не дай бог, рукоприкладства и крови разрешить актуальную общественную проблему, — значит сделать первый шаг к тому, что можно обозначить как вклад в формирование толерантного отношения к окружающим тебя людям. В случае же с социальным конструированием этничности при посредстве массмедиа это вдвойне актуально и, как свидетельствуют события последнего времени, первостепенно важно.

1. *Витужникова Г. М., Олешко В. Ф.* Манипулятивные приемы и технологии современной рекламы (на примере репрезентации лекарственных средств и медицинских услуг) // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 4 (119). С. 36–51.

2. *Ершов Ю. М.* Глобализация и моделирование национальных медиасистем // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2010. Вып. 2. С. 81–88.

3. *Кищенко Р. Н.* Полиэтничность России как предмет философского анализа : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Волгоград, 2003.

4. *Краснопольская И. И., Солодова Г. С.* Социальное конструирование этничности // Социс. 2013. № 12. С. 26–34.

5. *Мартыанов В. С.* Глобальный модерн, постматериальные ценности и периферийный капитализм в России // Полис. 2014. № 1. С. 83–98.

6. *Молодых А.* Только зов крови, только хардкор // Рус. репортер. 2014. № 4 (332). С. 10.

7. Новости Югры : еженед. общ.-полит. газ. Ханты-Манс. автоном. округа — Югры. 2013. 31 янв. С. 1.
8. Олешко В. Ф. Мобильные возможности гражданской журналистики // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. : 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 2 (101). С. 31–39.
9. Профессиональная культура журналиста: актуальные проблемы образования : сб. ст. и материалов. Екатеринбург, 2011. 352 с.
10. Социально-демографический портрет России: По итогам Всероссийской переписи населения 2010 года / Федер. служба гос. статистики. М., 2012.
11. [Электронный ресурс]. URL: <http://forum-msk.org/material/news/10232824.html> (дата обращения: 14.02.2014).
12. [Электронный ресурс]. URL: <http://66.ru/auto/news/132045/> (дата обращения: 13.02.2013).
13. [Электронный ресурс]. URL: http://8624.vps.hc.ru/_news/5208/#.UwR8fUq0M2w (дата обращения: 17.03.2014).
14. [Электронный ресурс]. URL: http://enc-dic.com/enc_psy/Samootozhdestvlenie-23869.html (дата обращения: 18.03.2014).
15. [Электронный ресурс]. URL: <http://nazaccent.ru/content/6657-soyuz-zhurnalistov-rossii-uchredil-kongress-etnozhurnalistov.html> (дата обращения: 24.02.2014).
16. [Электронный ресурс]. URL: <http://regnum.ru/news/polit/1770039.html#ixzz2u1kvR4Ya> (дата обращения: 23.02.2014).
17. [Электронный ресурс]. URL: <http://sever-strasti.net/2013/10/21/xitrye-xoxly-i-xitrye-evreidlya-rossii-eto-davno-ne-aktualno-kitajcy-poxitree-budut/> (дата обращения: 13.02.2014).
18. [Электронный ресурс]. URL: <http://tumen.bezformata.ru/listnews/neftegaz-s-novim-godom-i-rozhdestvom/16651027/> (дата обращения: 17.03.2014).
19. [Электронный ресурс]. URL: http://www.igpi.ru/bibl/other_articl/1101820840.html (дата обращения: 11.03.2014).
20. [Электронный ресурс]. URL: http://www.media-diversity.org/en/index.php?option=com_content&view (дата обращения: 17.02.2014).
21. [Электронный ресурс]. URL: http://www.snob.ru/profile/9723/blog/66998#comment_666130 (дата обращения: 11.03.2014).
22. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uralweb.ru/news/society/417392.html> (дата обращения: 13.03.2013).
23. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazeta.ru/politics/2012/04/02_kz_4117837.shtml (дата обращения: 11.04.2012).
24. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazeta.ru> : (дата обращения: 11.02.2014).
25. Giddens A. Social Theory and Modern Sociology. Cambridge, 1987. Ch. 2. P. 22–51.
26. Phillips E. IC? I see! ...Assessing Intercultural Competence in Language Teaching // Sprogforum. 2001. Vol. 6, № 18. P. 8–13.
27. Tilly Ch. Social Boundary Mechanism // Philosophy of the Social Sciences. 2004. Vol. 34, № 2. P. 211–236.

Статья поступила в редакцию 24.03.2014 г.

УДК 316.772.4 + 070.431.7

Е. В. Олешко

**МЕСТНАЯ ПРЕССА КАК АКТОР МЕЖКУЛЬТУРНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
(Жизнь газет после «смерти», или Как им конкурировать
с Интернетом?)**

В статье анализируются роль местной прессы в организации межкультурных коммуникаций. При этом доказывается, что в споре с интернет-СМИ и социальными сетями у данного вида прессы даже сегодня, когда permanently развиваются новые информационные технологии, есть ряд преимуществ. Автор размышляет о том, как «бумажной» прессе можно выживать и развиваться в непростых экономических условиях. В исследовании он опирается на данные анализа информационной деятельности ряда изданий Уральского региона.

К л ю ч е в ы е с л о в а: межкультурные коммуникации; печать; местная пресса; контент; конвергенция; репутация; миссия; почтовая доставка; сайт; цифровые технологии; аудитория; диалог.

Сегодня нередко можно услышать от исследователей журналистики и некоторых практиков пророчества о скорой смерти «бумажной» прессы. А небезызвестный Андрей Мирошниченко даже называл точную дату этого грядущего события. Мы неоднократно полемизировали на данную тему, акцентируя внимание на том факте, что в информационную эпоху с неизбежностью будут меняться и технологически совершенствоваться в сторону конвергенции все без исключения каналы передачи контента, но «смерть» или «бессмертие» тех или иных СМИ будет определять в первую очередь наличие аудитории, желающей платить деньги за эксклюзивный товар. Ведь никого, к примеру, сегодня не удивляет тот факт, что в магазинах электроники как на Западе, так и в России вновь появились в продаже проигрыватели грампластинок. А фанаты «чистого звука» платят немалые деньги за выпускаемые небольшими тиражами «пласты», продаваемые порой активнее любых цифровых носителей, хотя эти записи в Интернете или у друзей можно скачать бесплатно.

Академик Международной академии телевидения и радио, кандидат исторических наук А. Б. Панкин свою статью в журнале «Стратегии и практика издательского бизнеса» так и озаглавил: «Виниловый разворот печати». В ней он, в частности, пишет: «В 2014 году может начаться закат социальных медиа, а печать покажет рост, — предсказывает Дмитрий Федечкин, медиааналитик из Екатеринбурга. И для этого у него есть достаточно веские аргументы. И первый из них обусловлен той тенденцией, что... печатная отрасль, напротив, впервые с 2009 года может показать рост. Последние годы рынок, как общеиз-

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

© Олешко Е. В., 2014

вестно, неизменно падал. Что в принципе означает — частично самоочистился от слабых или случайных игроков. На руку газетчикам играет и тот факт, что по самым разным направлениям набирает обороты ретро. Мне нравится сравнение газеты с виниловой пластинкой. Так вот: и в Британии, и в США в 2013 году продажи винила выросли, установив десятилетний исторический максимум — на фоне немного скукожившегося объема реализации продаж цифровой музыки. Если периодической печати удастся совершить в 2014 году разворот сродни виниловому, то факты окончательно могут нивелировать теоретическую почву у тех, кто успешно защитил кандидатские диссертации, основанные исключительно на прогнозах смерти принта, а не на мирном сосуществовании самых разнообразных медиасегментов в средней и отдаленной перспективе» [9].

Но в нашем случае речь все же пойдет не только о приоритете носителей информации. В конечном итоге выбор все равно будет за аудиторией СМИ, которая в каждом конкретном случае будет выбирать для себя наиболее удобный и дешевый вид носителя. С законами рынка не поспоришь. Мы обратимся к проблеме роли традиционных СМИ в организации межкультурных коммуникаций.

Ведь что бы ни говорили мы об «интернетизации» современной России, но в нашей стране городские, районные, корпоративные издания составляли и, по крайней мере в ближайшее десятилетие, еще будут составлять достаточно большую типологическую группу СМИ. И в этом случае предельно актуализируется следующая проблема: а за счет чего местная пресса может сегодня конкурировать не только с телевидением и радио, но и с социальными сетями, столь популярными у современного потребителя информации? Об определенной ее архаичности написано в последнее время немало статей и даже книг футурологического характера, а вот существующие преимущества как-то остаются в тени.

Но прежде на основе проведенного нами в октябре — декабре 2013 г. контент-анализа ряда местных газет Уральского региона и стандартизированных интервью¹ выделим несколько «болевых точек», которые характеризуют их развитие в условиях конкуренции. На наш взгляд, это, во-первых, отсутствие полноценного с точки зрения информационной политики сайта, что обуславливается низкой квалификацией веб-специалистов, чаще всего просто выкладывающих в Сеть электронную версию очередного номера. Во-вторых, можно говорить о сведении к минимуму большинством СМИ жанровой палитры. В основном ее составляют информационные заметки (в том числе расширенные, комментированные), интервью и корреспонденции. В-третьих, лишь единицы изданий реализуют по-настоящему творческий модельный подход. Поэтому, как свидетельствует анализ, даже у весьма тиражных (8–15 тыс. экземпляров) газет далеко не всегда в ряде номеров присутствовали «гвоздевые»

¹ Под руководством автора совместно со студентами дневного и заочного отделений департамента «Факультет журналистики» УрФУ за этот период был проведен контент-анализ 12 городских и районных изданий четырех областей Уральского региона, а также были проинтервьюированы некоторые их руководители.

материалы, учитывались аудиторные интересы различных групп читателей, выдерживался единый стиль верстки, подачи инфографики и т. д. [5, 55–63].

Но ведь в условиях развернувшейся острой конкурентной борьбы у печатных СМИ в целом, а у местных в особенности, есть несомненные преимущества, о которых также следует говорить. Основное из них — бренд издания. Он формировался не одно десятилетие. Другое дело, что подавляющее большинство газет сегодня не оценили тот факт, что данный бренд может работать и на новые носители информации. К примеру, сайт газеты может быть своего рода информационным агентством маленького городка или района. Разумеется, это потребует перестройки как в менеджменте СМИ, так и в творческой деятельности ряда сотрудников. Однако возросшее число посещений данного сайта и ссылки других массмедиа на его контент позволят привлечь рекламодателей, причем даже из других регионов. В качестве примера успешной деятельности такого рода можно назвать опыт газет «Вперед» (г. Троицк Челябинской области), «Вечерний Карпинск», «Камышловские известия» (Свердловская область), с которым можно познакомиться на сайтах этих и ряда других изданий.

Еще один фактор повышения результативности деятельности — умело сгруппированный контент газеты и информационных сообщений с сайта. Многие местные издания (например, «Кыштымский рабочий») сегодня реализуют практику получения абонентом вместе с подписным талоном логина, позволяющего осуществлять доступ к архиву газеты за год. Развивая эту тему, отметим, что, например, медиаэкспертам в Швеции [4, 28–38] приходилось знакомиться с системой не только преподавания будущим журналистам основ новой информационной культуры, но и с опытом ее практической реализации на примере одного из городских изданий. Данное издание получает достаточно серьезную прибыль от продажи дисков с содержанием газеты за прошедший год, но это содержание с помощью специальной программы тематически отформатировано. Можно при этом мгновенно и в удобной форме найти интересующую тебя информацию по проблематике, по персоналиям, по статистике и т. п. Представьте себе, насколько было бы полезно со всех точек зрения, если бы контент газеты, а возможно, и основной контент с сайта, был таким образом систематизирован в России по городам и районам той или иной области. Кроме экономической выгоды в случае успешной продажи дисков различным организациям и индивидуальным потребителям, это имело бы большое значение для деятельности местных библиотек, архивов, музеев. Сколько информации об истории края, знаменитых земляках, литературных и иных традициях хранится порой на полках и в архивах. Представить все это на новейших цифровых носителях и всеми способами популяризировать — задача и даже прямая обязанность не только работников сферы культуры, но и журналистов.

Организация межкультурных коммуникаций при посредстве «очагов культуры» и местных массмедиа уровня небольших городов и поселков зачастую рассматривается не как первостепенная по влиянию. Приоритеты изначально отдаются образовательным институтам и тому же Интернету, в лучшем случае — сайтам при этих учреждениях. Но опыт совместной деятельности биб-

лиотек, музеев различного уровня и городских, районных, корпоративных изданий, к примеру, лысьвенской и кунгурской «Искры» в Пермском крае, «Кыштымского рабочего» и «Красного знамени» (г. Касли) в Челябинской области, «Нефти Приобья» в ХМАО-Югра, да и многих других газет, свидетельствует — только в тесном контакте со СМИ эти учреждения сегодня могут выиграть спор у носителей масскульта.

А вот попытки организации средствами массовой информации продаж по подписке «свежего» контента, как правило, были неудачными. Причем как на местном, так и на областном и даже федеральном уровне. Редактор газеты «Челябинский рабочий» Б. Н. Киршин признавался, что платно соглашались получать рассылку свежего номера лишь десятки подписчиков, и то обычно это были не индивидуалы, а организации. Другой пример. В ноябре 2013 г. журнал «Нью-таймс» объявил, что теперь он в условиях реализации концепции свободной прессы будет существовать только за счет подписки, которую можно осуществить технологически очень просто — прямо в Интернете. С этой целью была открыта даже специальная страница со счетчиком подписок на таких условиях. Для успешного существования журнала, эффективной работы коллектива нужно было набрать 20 тыс. подписок. На 13 января 2014 г., несмотря на активное продвижение самыми различными способами, а также поддержку инициативы коллегами из других СМИ и блогерами, на журнал подписалось лишь 3446 человек. Как нам кажется, эти примеры не свидетельствуют о том, что данный подход в принципе невозможен, а лишь характеризуют тенденцию возрастающего прагматизма: либо это должен быть продукт принципиально нового медийного содержания или формы подачи контента, и тогда потребитель будет готов платить деньги, либо он должен быть адресован какой-то очень узкой аудиторной группе, которую, однако, нужно очень точно вычислить с помощью современных маркетинговых технологий.

И совершенно напрасно некоторые эксперты, что называется, «с ходу» сделали вывод о том, что до концепции «свободной прессы» российская аудитория не доросла. Она просто стала иной, прагматичной и избирательной. И хорошо, что наш читатель в большинстве своем преодолевает — с болью и через ошибки — ментальный подход советского периода: все, что представлено в СМИ, — правда и истина в последней инстанции. Об этой характеристике аудитории, отмечают исследователи [3, 31–40], сегодня можно говорить как о своего рода информационном атавизме и предпосылке к эффективному манипулятивному воздействию.

Для местной же прессы, читателями которой являются в первую очередь люди старшего поколения, конечно же, будет более предпочтительным, как свидетельствуют результаты опросов, проведенные местными журналистами в период подписной кампании осенью 2013 г., распространение именно бумажной версии. Такую точку зрения в Уральском регионе высказали представителям почти каждой редакции 50, а порой даже больше (газеты «Красное знамя», «Вперед») процентов опрошенных.

И в этом смысле, как свидетельствует практика, экономически более успешны прежде всего те издания, которые смогли наладить собственную систему

распространения газет. Причем в случае системно налаженного менеджмента это может быть даже одной из статей дохода, ведь вместе со своим изданием можно параллельно по договорам распространять другие издания, рекламную и иную продукцию.

А вот молодое поколение читателей можно привлечь к потреблению не только актуальным контентом сайта издания. Сысертская газета «Маяк» в Свердловской области нашла три ответа на вопрос: «В каком случае читатель готов покупать PDF-версии вышедшей в свет районной газеты?» Первый из них банален: если ему будет это по карману. «Назначая цену по минимуму, — считают журналисты, — мы работаем на дальнюю перспективу. Ведь тем самым формируем у человека, как правило, молодого, привычку читать газету». Один месяц подписки, осуществляемой в любой удобной форме, у них стоит 32 руб. Подписка на 6 месяцев — 192 руб. На год — 360 руб. Согласитесь, это доступно любому человеку. Второй ответ — социальная активность потенциального читателя. Одно дело — ты банальный потребитель услуги, другое — ты участник акции. «Спаси дерево!» — под таким девизом проходит реализация кампании по расширению числа читателей электронной версии районной газеты «Маяк». Аргументация по поводу того, сколько бумаги сэкономлено и сколько деревьев не срублено для изготовления газеты, работает, как показывает опыт, весьма успешно. Третий ответ тоже как бы лежит на поверхности — прагматическая ценность каждого номера. Это могут быть и актуальные изменения в расписании движения автобусов («Маяк»), и материалы акции «Подари мне семью» (газета «Народное слово», г. Богданович Свердловской области), и рубрика «Глас народа», в материалах которой читатели могут, что называется, «выпускать пар» по самым злободневным поводам своей жизни («Кыштымский рабочий»). Прагматичный подход в данном случае предполагает ответную реакцию читателей: если я это не прочту в режиме реального времени, то просто-напросто отстану от ритма жизни родного города/района или не буду знать о том, что обсуждает большинство людей из моего окружения.

«При определении задачи по привлечению читателей нового поколения, — убежден редактор газеты «Искра» (г. Кунгур Пермского края) Денис Поляков, — никак не подходят методы “кавалерийской атаки”. Это должна быть долговременная и системная работа. Она начинается с того, что детские, подростковые, школьные и прочие вкладки, рубрики, приложения — должны быть не некоей “обязаловкой” для коллектива городской газеты, а пониматься как своего рода долговременное вложение информационного капитала. Тогда и качество публикаций будет не проходным. Ну и, разумеется, в целом информационное обеспечение, а также полиграфическое исполнение издания в условиях конкуренции с электронными СМИ должны быть на уровне новых технологий».

Согласна с этой точкой зрения и редактор «Кыштымского рабочего» Людмила Чеботина, акцентирующая внимание именно на качественных составляющих подачи контента: «Сегодня как на сайте, так и в бумажной версии газеты нельзя просто “вываливать” контент. Системная подача, а также эстетичес-

кая сторона потребляемой информации являются едва ли не самыми важными факторами для представителей аудитории при выборе источников ее получения. Об этом свидетельствуют как результаты проводимых нами опросов аудитории, так и обсуждения на форуме сайта газеты. Читателя привлекает активная позиция журналистов в постановке и обсуждении актуальных проблем, их преемственность (а каков результат!), умение выделить главное из обилия бесконечного вала информационных поводов, в частности, транслируемых Интернетом. Что же касается эстетических параметров, то для сайта это привлекательность и удобство интерфейса, а для современной газеты обязательными параметрами являются цветность, современная верстка, активное использование инфографики и выразительных снимков. На полиграфию и разработку эффективных композиционно-графических моделей мы и денег не жалеем, стараясь не отстать от тех печатных СМИ, которые заполнили витрины киосков».

Еще один важный аспект, определяющий конкурентные преимущества массмедиа, причем любого, — его *репутация*.

В книге редактора газеты «Челябинский рабочий» Б. Н. Киршина «“ЧР”: формула свободы», изданной десять лет назад, описываются сложности обретения газетой независимости после развала СССР. Одним из главных тезисов, который автор нередко повторяет и сегодня, стала ориентация на читателя, учет его отношения к изданию, сформированного в течение нескольких лет общения с тем или иным СМИ: «В период обвальных перемен, когда люди теряли идеологические и нравственные ориентиры и просто твердую почву под ногами, у подписчиков “Челябинского рабочего” была надежная опора — газета, к которой они за многие десятилетия крепко привязались, которой продолжали доверять, которую считали добрым советчиком» [2, 10].

Как, опираясь на бренд издания, можно выживать «бумажной» прессе в непростых экономических условиях? В первую очередь эти трудности обусловлены взаимоотношениями с почтой. Если несколько лет назад повышение цены на доставку происходило в пределах 10 %, то в 2014 г. было заявлено, что такое повышение будет измеряться десятками процентов. «В прежние годы государство компенсировало почте убытки от оказания услуг по подписке, выделяя около 3 млрд рублей. И если этого не будет, и если установят рыночные тарифы, то, констатируют эксперты, плата за доставку газет вырастет в два-три раза для европейской части России и в пять-восемь раз для Сибири и Дальнего Востока. Россия может “прославиться”, став первой страной, где не будет государственной услуги доставки писем и газет» [6, 1].

Главный редактор еженедельника «Аргументы и факты» Николай Зятьков посмотрел на проблему еще глубже: «Возможность и доступность подписки на газеты принципиально важны для жителей малых городов и сельской местности, самых социально не защищенных, малоимущих слоев населения — для тех, кто после повышения цены не сможет выписывать любимые издания. Для многих людей читать газету всей семьей, обсуждать материалы и обмениваться мнениями стало приятной семейной традицией. Возникает высокая вероятность потери традиции — культуры чтения газет, которая складывалась

десятилетиями. Это угроза не только для периодической печати — это в первую очередь угроза для государства, если оно не может защитить интересы и права своих граждан» [6, 1].

Следовательно, различного рода препятствия системному получению аудитории информации по привычным каналам можно классифицировать, на наш взгляд, как препятствия в том числе и межкультурным коммуникациям. И задача — преодолеть данные препятствия. Но преодолеть не только и не столько административным путем, а используя прежде всего иные менеджерские решения и новые технологические возможности СМИ. К примеру, тот же «Челябинский рабочий» — газета подписная. По словам редактора Б. Н. Киршина, раньше были случаи, когда все пять номеров, вышедшие на неделе, доставлялись подписчикам одновременно. Причем даже в самом областном центре, не говоря об области, где подобное стало системой. С переходом на трехразовую периодичность количество таких случаев, по мнению экспертов, уменьшилось на 30 %, а когда перешли на еженедельный выпуск — на 80. Но как при этом не растерять информационный потенциал издания? Для этого «Челябинский рабочий» параллельно развивал и сегодня перманентно активно развивает технологии интернет-среды. Характерная деталь: в нынешнем году число уникальных посетителей сайта газеты mediazavod.ru сравнялось с числом подписчиков бумажной версии «Челябинского рабочего». И в рейтинге сайтов Уралвэб у «Медиазавода» стабильно одно из ведущих мест: по состоянию на конец января 2014 г. было 6–7 тыс. посетителей ежедневно [7].

Причем все эти изменения были обусловлены сохранением социальной миссии газеты как одного из ведущих СМИ не только Челябинской области, но и региона Урала, к которому привыкли его постоянные читатели, а уже во вторую очередь — вышеописанными и другими причинами экономического характера.

Но вернемся к проблематике местных изданий, у которых иные возможности, нежели у газеты областного центра. Как городским и районным изданиям не только сохранить традиционных подписчиков, но и приобрести новых? Курганский исследователь Д. Г. Ильиних убеждена, что для этого нужно прежде всего расширять коммуникативные возможности каждого СМИ, добавлять новые инструменты для вступления в диалог (в первую очередь с помощью Интернета). «Однако расширять диалоговые возможности надо обдуманно, а не слепо, проводя исследования предпочтений аудитории и отказываясь от тех инструментов, которые наверняка окажутся неэффективными в ваших конкретных условиях: аудиторию необходимо побудить к общению. Возможны следующие варианты активизации общения с аудиторией: использование прямых призывов вступить в диалог (после каждой публикации на сайте либо в каждом газетном номере); акцентирование элементов сайта, которые предназначены для вступления в диалог; продвижение аккаунтов СМИ в социальных сетях на площадях самого традиционного издания и сетевой версии; поощрение активных участников диалога; вменить в обязанность некоторым сотрудникам редакции либо модератору сайта комментировать публикации; отвечать на прямые вопросы к редакции; публиковать все комментарии, соот-

ветствующие редакционной политике издания, и требования российского законодательства; акцентировать внимание аудитории на рубрике “предложи новость” (предложение информационного повода читателем, созданная им самим публикация, интересный фото- или видеоматериал)» [1, 124].

Вместе с тем важно подчеркнуть тот факт, что репутационный менеджмент как система предполагает выработку и практическую реализацию местными изданиями их *миссии*. Суть ее может быть по-разному сформулирована, но должна отражать основную тенденцию, отличающую их от других типов СМИ: «местное телевидение информирует, а мы объясняем», «мы рассказываем о проблемах, о которых другие по разным причинам не считают нужным и важным говорить или предпочитают молчать», «важно, чтобы об этом завтра говорил весь город»². Доверие рядовых читателей всегда было главным капиталом местной прессы. И именно этот тип газет, олицетворяющий современную провинцию страны, ее глубинку, был и остается для многих россиян, «крепко связанных с землей» по своей ментальности, основным ядром коммуникации, в том числе и межкультурной, межконфессиональной, межэтнической, что для многонациональной России едва ли не главный аргумент необходимости печатных СМИ в структуре современных социальных связей.

Парадоксально, но первыми это осознали зарубежные медиамагнаты. Так, журнал Newsweek, покинувший было печатный мир, после пятнадцатимесячного блуждания по цифровым «угодьям» 7 марта 2014 г. вновь вернулся в родные пенаты — в принт, на привычные полки киосков и в почтовые ящики подписчиков. Приведем экспертную формулировку от Роджера Блэка, которую, как убеждены исследователи массмедиа, еще многим предстоит осмыслить: «В Интернете принято почему-то считать, что печатная модель мертва, что людям не нужны печатные издания. Но это не печатная модель мертва, это мертва печатная бизнес-модель. Если вы создаете интересный и важный продукт, люди будут счастливы держать его в руках» [8].

А председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов, словно дополняя этот аспект размышлений, констатирует в интервью «Новым Известиям»: «Проблема в том, чтобы эти (новые. — Е. О.) технологии не уничтожили журналистику и доверие к ней. Сегодня многие говорят, что, мол, время изменилось, все надо делать быстро, и в Интернете — не до журналистики, там самое главное — проинформировать или срочно объявить, кто герой или негодяй. Но мне кажется, скоро появятся люди, которые осовременят журналистское расследование и которые будут беречь свое имя. Появится статус профессии журналиста, которым дорожат в цивилизованных странах: упаси бог, если ты испачкаешь себя заказным материалом, и общество об этом узнает. Ты навсегда потеряешь свое журналистское имя, свой статус и ты не сможешь никогда вернуться в профессию» [9].

Для журналиста местной прессы, которого большинство представителей аудитории нередко знают в лицо, знают его родителей, близких и могут все высказать ему и без интернет-сетей, мнение В. Богданова значимо вдвойне.

² Из ответов наших респондентов.

Ведь местная газета чаще всего не только коммуникатор, но и актер, т. е. участник преобразований. В нашем случае — тот, кто стремится к лучшему, а его при этом не только слушают, но и слышат.

-
1. *Ильиных Д. Г.* Информационный потенциал и диалоговые возможности региональных печатных средств массовой информации и сетевых версий изданий (на примере СМИ Уральского федерального округа) : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2014.
 2. *Киришин Б. Н.* «ЧР»: формула свободы. Челябинск, 2004.
 3. *Олешко В. Ф.* Мобильные возможности гражданской журналистики // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 2 (101). С. 31–39.
 4. *Олешко В. Ф.* Поверка классикой // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 29–38.
 5. *Олешко Е. В., Хижная Е. В.* Вызовы нового тысячелетия: особенности и проблемы современного медиарынка специализированных СМИ // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 2 (113). С. 55–63.
 6. *Тулупов В.* Скупой платит дважды // Коммуна. 2014. № 40 (26256), 22 марта.
 7. [Электронный ресурс]. URL: http://www.uralweb.ru/rating/index.php?region_sel=chel&rating_sel= (дата обращения: 29.01.2014).
 8. [Электронный ресурс]. URL: <http://media-media.ru/2014/03/7-marta-2014-zhurnal-newsweek-voztvashhaetsya-v-pechat/> (дата обращения: 21.03.2014).
 9. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=48761> (дата обращения: 12.03.2014).
 10. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newizv.ru/politics/2014-01-14/195295-predsdatel-sojuza-zhurnalistov-rossii-vsevolod-bogdanov.html> (дата обращения: 17.02.2014).

Статья поступила в редакцию 24.03.2014 г.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА В ПЕЧАТНЫХ СМИ

Статья посвящена описанию основных критериев оценки эффективности разделения труда в региональных печатных СМИ. Особое внимание обращается на такие инструменты медиаменеджмента, как специализация и профилизация.

К л ю ч е в ы е с л о в а: разделение труда; оценка эффективности; редакционный менеджмент; специализация; профилизация.

В современных условиях развитие российского медиабизнеса как системы все больше напоминает гонку на выживание, в которой в последние годы заметно сдает позиции сегмент печатной прессы. Актуальное состояние рынка периодики свидетельствует о том, что традиционные СМИ вынуждены подстраиваться под те требования, которые диктуются кардинальной сменой структуры медиапотребления, цифровизацией контента, «слиянием деятельности самой редакции и целевой аудитории» [4, 65] и рядом других объективных факторов.

С этой целью участники рынка активно занимаются поиском ресурсов для оптимизации деятельности массмедийных предприятий. В частности, осваиваются новые технологические платформы, делается ставка на укрупнение медиасобственности, перестраивается информационная политика изданий. Как мы считаем, перспективным методом стабилизации бизнеса является и усовершенствование моделей регулярного менеджмента СМИ. Одно из ключевых направлений в преобразовании организационного контекста — рационализация управления субъектами медийного творчества с помощью диверсификации рабочих заданий, предполагающей выделение журналистских профилей и специализаций и выстраивание системы контроля за эффективностью деятельности редакционного коллектива.

Как показало проведенное нами исследование медиапрактик разнотипных общественно-политических изданий Уральского региона [1], установка на конкретизацию компетенций членов редакционных коллективов за счет специализации и профилизации обуславливает потребность в разграничении функционально-ролевых областей журналистов. По этой причине возникает необходимость в применении принципов многоуровневого сегментирования информационной деятельности, требующих выявления критериев эффективности выполнения сотрудниками должностных обязанностей. Именно на основе этих критериев выстраивается управление эффективностью журналистской деятельности, позволяющее отслеживать, как на практике реализуются задачи редакции.

БЕССОНОВ Станислав Игоревич — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: westas_of_lsa@mail.ru).

Отметим, что управление эффективностью сегментированной медиапрактики является важнейшим механизмом редакционного менеджмента и представляет собой комплекс управленческих процессов, определяющих стратегические цели массмедиа и условия их достижения при оптимальном использовании материальных и нематериальных активов. Под эффективностью деятельности фирмы в данном контексте мы понимаем конечный результат, определяемый через множественные показатели качества этой деятельности, которые предполагают использование минимальных ресурсных затрат при решении задач на разных стадиях рабочих процессов. В расширительном значении эффективность можно рассматривать как интеграционный критерий, который выражает «отношение полученного результата к производственным затратам, необходимым для достижения этого результата» [5, 19]. Из чего следует, что деятельность как таковая или функционирование ее частных элементов могут быть признаны эффективными лишь в том случае, если они способствуют достижению конкретных целей.

Если отдельно анализировать вопрос эффективности использования труда персонала, то важно подчеркнуть, что одними из ее ключевых показателей принято считать «темп роста производительности труда, долю прироста продукции за счет увеличения производительности труда» [6]. Эффективность процессов сегментирования информационной деятельности точно так же выражается обозначенными показателями, которые дают представление как о качестве изменений производительных отношений редакционного коллектива в целом, так и результативности медиапрактики отдельных специалистов.

Таким образом, оценка эффективности профилизации и специализации деятельности по созданию массмедийного продукта, на наш взгляд, в первую очередь сопряжена с изучением уровня функционально-ролевой дисперсии, которая несет в себе количественную информацию о том, как профили и специализации вписаны в организационный контекст издания. Не менее важным фактором оптимизации эффективности диверсификации рабочих заданий следует считать выстраивание линий поведения по отношению к сотрудникам таким образом, чтобы при предъявлении им квалификационных требований учитывалась специфика реализованной модели кадрово-должностной пирамиды. При оценке эффективности штатных структур необходимо брать во внимание то, на каком этапе профессионального становления находится каждый из представителей коллектива. Если же рассматривать проблему на макроуровне организации деятельности редакции, оценка эффективности зависит в целом от того, какой этап жизненного цикла проходит СМИ в определенный временной отрезок.

Анализ эффективности осуществления специализации и профилизации и предшествующий этому поиск критериев, позволяющих давать оценку той или иной творческо-организационной модели редакции, помимо фиксирования этапов профессионального жизненного цикла сотрудников (организации), требует получения ответов на шесть вопросов. Все они касаются изучения специфики отведенных журналистам функциональных областей, особенностей функционально-ролевой матрицы, опосредующей медиаведение персонала.

Перечислим эти вопросы:

- «1. Какие физические и умственные задачи выполняет работник?
2. Когда работа должна быть завершена?
3. Каким образом работа должна быть завершена?
4. Как работник выполняет работу?
5. Зачем делается работа?
6. Какие качества требуются для выполнения работы?» [3, 115].

Ответы на обозначенные вопросы демонстрируют соответствие или несоответствие универсальным квалификационным требованиям, которые выполняют журналисты печатных массмедиа. Поэтому данный список контрольных точек мы предлагаем дополнить вопросами, дающими возможность взглянуть на конкретную медиапрактику с точки зрения проблемы разделения журналистского труда:

7. Закреплена ли за должностной позицией работника четкая функциональная область?

8. Насколько выполняемые сотрудником профессиональные обязанности соответствуют той функциональной роли, которая была отведена ему в трудовом коллективе? (Данный вопрос позволяет выявлять, насколько формальный уровень функционально-ролевой дисперсии соответствует реальному операционному содержанию медиапрактик.)

9. Какие преимущества дает разделение труда конкретного работника перед деспецифицированной моделью организации деятельности?

Обозначенные дополнительные вопросы нацелены на то, чтобы выработать сетку универсальных критериев эффективности профессиональной сегментации и определить резервы повышения эффективности специфицированной медиапрактики. Реализация данных установок, в свою очередь, нуждается в определении эффективности координации процессов, запускаемых внутри определенной организационной ситуации за счет осуществления профилизации и специализации. Последнее условие, находясь в непосредственной зависимости от степени эффективности делегирования функционально-ролевых установок персоналу, свидетельствует о рациональности выстроенных производственных процессов и системы профессиональных отношений между сотрудниками, а также демонстрирует эффективность в целом кадровой политики или отдельных ее направлений в контексте одной или нескольких взаимосвязанных функциональных областей.

Эффективность координации в зеркале проблемы оптимизации распределения сфер профессиональной ответственности при этом требует как обобщенного рассмотрения, так и изучения на локальном уровне. Соответственно, можно выделить полную эффективность и локальную. Первая из них помогает оценивать деятельность всей организации или отдельных подразделений внутри системы комплексно и контекстуально. Вторая определяет качество работы сотрудников как членов профессиональной группы. На локальную эффективность оказывают влияние такие факторы, как объем профессиональных знаний, навыков и умений. Причем эти составляющие являются базовыми квалификационными характеристиками конкретных специализаций

и профилей. Следовательно, то, насколько интенсивно и целенаправленно эти суммарные профессиональные качества применяются сотрудником при выполнении делегированных обязанностей, допустимо считать одним из главных показателей эффективности реализуемой модели сегментированной медиапрактики. Он отражает рациональность распределения профессиональных ролей внутри коллектива, которую можно диагностировать при ответе на нижеперечисленные вопросы:

1. Способствуют ли внедренные схемы функционально-ролевой организации максимальной реализации потенциала журналистов, определяемого уровнем их медиакомпетентности, повышению производительности их труда как главного показателя эффективности деятельности креативной команды, росту творческих инициатив?

Для получения ответа на данный вопрос мы предлагаем опираться на сетку контрольных точек, указывающих на качественные и количественные характеристики работы, выполняемой журналистом за определенный временной отрезок:

- частотность появления публикаций сотрудника в печатном издании;
- соответствие тематических и жанровых особенностей публикаций автора тем требованиям, которые предъявляются к медиапродукту в соответствии с профилем и специализацией члена трудового коллектива;
- качество создаваемого информационного продукта как интеграционный критерий (демонстрация знаний проблематики, определяющей характер специализации сотрудника; умений использовать жанровые особенности текстов и т. д.);
- наличие резонансного эффекта после выхода публикаций в свет;
- победы в профессиональных журналистских конкурсах, награды за вклад в развитие медиаотрасли и т. д.

2. Можно ли считать реализованной задачу четкого специфицирования медиапрактик сотрудников, благодаря которой снижается вероятность пересечения функционально-ролевых областей, закрепленных за журналистами, и возникновения конфликта профессиональных интересов?

Для этого необходимо оценить деятельность журналистов и локальных рабочих групп редакции с точки зрения двух основных групп показателей: творческо-операционных и организационных.

Творческо-операционная сетка показателей эффективности включает в себя следующие элементы:

- насколько активно представителями творческой команды используются жанровые ресурсы издания;
- является ли установленная для субъектов медийного процесса нагрузка оптимальной;
- широк ли спектр тематик, к которым обращаются журналисты, имеющие различные специализации;
- насколько в газете развита система рубрик и т. д.

Настоящая матрица включает в себя основные составные элементы профессионального мастерства журналиста. Так, для обладающего высоким уровнем

нем медиакомпетентности члена коллектива должны быть присущи определенные профессиональные характеристики: знание основ творческой деятельности журналиста, в целом теории журналистики и массовых коммуникаций; понимание принципов организации медиабизнеса; умение использовать жанровые и тематические ресурсы при создании медиатекстов как для традиционных, так и современных технологических платформ; наличие у сотрудника такого внутреннего мотива, как стремление к постоянной включенности в актуальное информационное пространство, и т. д.

Подчеркнем, что построение обозначенных творческих мотивов, детерминирующих профессиональное поведение сотрудников, является важнейшим условием успешного встраивания должностных позиций в организационный контекст редакции, а также адекватного установкам руководящего звена понимания сущности отведенных объектам администрирования функциональных областей и эффективного выполнения делегированных обязанностей. Кроме того, выработка у специалистов мотиваций к выполнению производственных задач, ограниченных тем или иным проблемным полем, напрямую участвует в обеспечении роста творческой инициативы членов коллектива.

Соответствие или несоответствие этим показателям соотносится с определением принадлежности конкретного журналиста к профилю и специализации, а значит, позволяет оценивать эффективность работы сотрудника СМИ с точки зрения реализации функционального наполнения закрепленной за ним сферы профессиональной ответственности.

Организационные критерии фиксируют организационные основы управления творческими процессами, происходящими в ходе практического функционирования редакции:

- совпадает ли формальный уровень функционально-ролевой дисперсии издания с реальными показателями диверсификации рабочих заданий;
- не возникает ли антагонизм между журналистским профилем членов творческой команды и встроенной в него сеткой специализаций (настоящее противоречие находит свое отражение в возникновении пересекающихся зон ответственности).

Среди экономических показателей назовем следующие:

- увеличение тиража и/или объемов розничных продаж издания в связи с повышением читательского интереса к медиапродукту;
- минимизация издержек на содержание редакционного штата, которая достигается за счет рационального перераспределения трудовых обязанностей внутри коллектива, и т. д.

3. Предполагает ли данная схема наличие возможности для карьерного роста сотрудника редакции?

В зависимости от полученных при ответе на данные вопросы результатов определяются методы повышения эффективности работы сотрудников, отвечающих за ту или иную функциональную область. Выбор методов напрямую зависит от того места, которое структурное подразделение или функционально-ролевая единица занимает в организационной иерархии. Оценка эффективности деятельности частной профсегментной единицы включает анализ

в том числе и сопутствующих факторов, организующих локальную работу: доли участия члена трудового коллектива в выполнении задач редакции, влияния рабочей среды на деятельность специалиста и т. д. Из чего можно сделать вывод, что выработка стратегий повышения эффективности медиапрактики журналиста за счет сегментирования функциональных областей должна быть контекстуальной.

Что касается определения полной эффективности сегментирования информационной деятельности, то выполнение этой процедуры возможно через апеллирование к командной работе. Эффективность командной работы, являясь суммирующей категорией, как отмечает Р. Л. Дафт, чаще всего отслеживается по двум результатам:

- производительному выпуску как коррелирующей с целями медиафирмы совокупности результатов труда отдельных сотрудников;
- личному удовлетворению [2, 686].

Именно на эти результаты необходимо опираться при выстраивании модели эффективности командной работы. Добавим, что эффективность деятельности творческих групп детерминирована рядом факторов, которые перекликаются с вышеперечисленными условиями оптимизации эффективности деятельности на локальном уровне. Во-первых, размером коллектива (и его отдельных операционных групп), который отражает первичную информацию о кадровом потенциале массмедиа и детерминируют выбор модели сегментирования рабочих процессов. Во-вторых, наличием у этих творческих групп совокупности профессиональных норм и ориентиров, выработанных в процессе создания организационной культуры медиафирмы и участвующих в построении мотиваций персонала. Принятие этих профессиональных установок определяется уровнем медиакомпетентности объектов администрирования. Немаловажным является и создание условий, при которых реализованная функционально-ролевая модель не допускает возможности пересечения профессиональных интересов представителей различных специализаций и профилей. Третий фактор — соответствие операционной матрицы как компетентностным и квалификационным характеристикам сотрудников, так и потребностям редакции.

В случае если обозначенные факторы учитываются при осуществлении диверсификации рабочих заданий на основе оптимальной модели распределения функциональных полей, разделение труда в журналистском коллективе, как показал проведенный нами анализ регионального опыта, способствует оптимизации рабочих процессов по выпуску информационного продукта. При этом для создания каналов рационализации медиатворчества необходимо обязательное выполнение комплексных задач по достижению согласованности в действиях представителей различных специализаций и профилей, а также выработке коммуникативной культуры СМИ, которая способствует мотивированию сотрудников на равноценное участие в обеспечении динамики развития медиаорганизации.

Предложенная нами матрица оценки качества творческих процессов и управления трудовым коллективом редакции развивает каждое из зафиксиро-

ванных направлений, тем самым обретая потенциал ее полного или частичного мультиплицирования. Однако нельзя не признать, что в настоящее время установки оптимизации эффективности менеджмента посредством специализации и профилизации испытывают на себе влияние общих для сферы массмедиа тенденций к универсализации и формализации процедуры диверсификации рабочих заданий. В ряде случаев они вообще не берутся во внимание при распределении сфер ответственности внутри коллектива. Также распространенным является опыт, когда критерии оценки эффективности специализации и профилизации используются лишь на стадии формирования медиаменеджмента СМИ, либо они применяются выборочно и несистематично. Подобный подход не позволяет членам креативной команды и локальным рабочим группам получать операционные преимущества, необходимые для оптимизации деятельности.

Мы, в свою очередь, исходим из того, что предложенные нами критерии универсальны и позволяют максимально гибко подходить к управлению эффективностью производственных и творческих процессов, соотнося различные модели разделения труда с организационным контекстом каждого конкретного СМИ, причем на разных этапах его развития. Данный аспект видится нам крайне важным, поскольку в условиях динамично развивающегося информационного рынка подходы к организации регулярного менеджмента СМИ постоянно трансформируются, к примеру, все чаще сегментированная медиапрактика перестраивается на основе принципов деятельностного синкретизма. Следовательно, эти подходы требуют оперативной корректировки стратегий диверсификации рабочих заданий и оценки эффективности реализованных функциональных моделей медиапрактики. Вместе с тем необходимо подчеркнуть, что даже в случае смены векторов развития кадровой политики неизменным остается условие систематического и последовательного изучения показателей эффективности сегментированной деятельности субъектов медийного творчества.

1. Бессонов С. И. Специализация и профилизация как компоненты эффективного медиаменеджмента // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 4. С. 21–27.

2. Дафт Р. Менеджмент. СПб., 2008.

3. Монди Уэйн Р. Управление персоналом / пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой, С. В. Кошелевой. 8-е изд. СПб., 2004.

4. Олешко Е. В. Принципы современной конвергентной журналистики // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 4. С. 65–71.

5. Оценка эффективности научной, научно-технической и инновационной деятельности / под ред. Л. Ф. Шайбаковой, М. А. Рожковой. Екатеринбург, 2007.

6. Фролова Т. А. Экономика предприятия :спект лекций [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aup.ru/books/m203/> (дата обращения: 02.05.2014).

Статья поступила в редакцию 29.05.2014 г.

УДК 070.431 + 327.54 + 327.56 + 355.01

В. М. Амиров

**«КРЫМСКАЯ» ТЕМА: АРГУМЕНТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ
В ПУБЛИКАЦИЯХ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ**

В статье приводятся основные аргументы политической дискуссии в СМИ России и стран Запада по проблеме Крыма и его присоединения к России. Анализируется практика аргументации в журналистском дискурсе России, США и Германии.

Ключевые слова: Крым; война; агрессия; Украина; Россия; армия; политика.

Острый политический конфликт вокруг Украины и Крыма далек от завершения и в ходе политической дискуссии в СМИ еще будут высказаны многие мнения, но представляется возможным дать краткий анализ аргументации, реализованной в журналистском дискурсе сложившейся ситуации. А поскольку эта аргументация очень отличалась в зависимости от политической позиции, занимаемой Россией и странами Запада, то есть смысл подвергнуть проблему анализу, привлекая материалы печатных СМИ разных стран. Показательны публикации газет России, почти однозначно поддержавших точку зрения Правительства РФ, прессы США, в основном осудившей действия российского государства, и СМИ Германии, занявших критическую по отношению к России, но более сбалансированную позицию.

Как справедливо указывает Э. В. Чепкина, «журналистский дискурс имеет собственную логику отбора и интерпретации событий и персонажей, конструирования концептов, актуальных в контексте борьбы значимых для общества политико-идеологических смыслов» [5]. Развивая эту мысль, в ранее опубликованных работах мы уже указывали на то, что существуют несколько форм взаимодействия политического и журналистского дискурсов, среди которых наиболее распространенными являются изложение точек зрения политиков, публикация официальных заявлений, мнений руководителей значимых общественных организаций и т. д. [1]. Подчеркивалась также зависимость журналистского дискурса от общей логики вооруженного конфликта [2]. Кроме того, несомненна зависимость политических оценок от проводимой в стране информационной политики, которую Ю. Бурова и Д. Стровский рассматривают как «способ воздействия власти на общество посредством распространения массовой информации» [3, 22].

Из этого мы и будем исходить, анализируя приводимые в журналистских текстах аргументы. В качестве основы для анализа использованы публикации газет «Известия», «Комсомольская правда», «Российская газета». Выбор не случаен, поскольку «Российская газета» отражает точку зрения власти, «Изве-

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

ствия» являются примером частного качественного СМИ, а «Комсомольская правда» — таблоида.

Российские СМИ, в подавляющем числе поддерживая правительственную точку зрения, указывали на следующие основные аргументы:

— **исторический** — Крым длительный промежуток времени принадлежал России и стал на какое-то время украинским вопреки логике, в результате противозаконных действий коммунистического руководства СССР: «97 процентов населения Крыма используют русский язык для общения. В состав Украины полуостров был включен 60 лет назад по решению Никиты Хрущева»; «в сердцах большинства россиян Крым всегда был и будет российской землей», «Крым — русская земля»; «сегодня в Крыму говорят по-русски»;

— **патерналистский** — русским в Крыму угрожала реальная опасность, вмешательство России было вынужденным: «крымчан запугивают, и люди отлично понимают, что те, кто захватил в Киеве власть, ни перед чем не остановятся, чтобы окончательно вывести из Крыма русский дух», «де-факто государство на Украине прекратило свое существование», «две последние ночи перед референдумом неизвестные люди ходят по дворам и кричат на украинском языке, что вырежут всех русских»; «что будет с русскоязычным населением, которое хозяйничающие в Киеве наследники Бандеры называют предателями?»; «украинские радикалы хотят разобраться с Крымом по-своему»; «перспектива гуманитарной катастрофы, в которую соскальзывает “незалежная”, не позволяют России остаться в стороне и бросить Тавриду на произвол судьбы»;

— **демократический** — присоединение Крыма к России — результат волеизъявления народа: «жители Крыма и Севастополя сами приняли решение, что хотя присоединиться к России»; «подавляющее большинство крымчан, пришедших на избирательные участки, высказались за вхождение полуострова в состав России»; «за присоединение к России проголосовали более 95 %»;

— **военный** — Крым — база российского Черноморского флота, с потерей Крыма России будет трудно гарантировать свою безопасность: «обеспечить безопасность Черноморского флота»; «В Азово-Черноморском бассейне Крым занимает ключевое геостратегическое положение»; «Переход Республики Крым под юрисдикцию России с военной точки зрения означает приобретение не только Севастополя с его бухтой, существующей военной базой и огромными морскими традициями».

Западные средства массовой информации демонстрировали прямо противоположную аргументацию. Для анализа возьмем «Зюдойче цайтунг» («Sueddeutsche Zeitung»), «Ди Вельт» («Die Welt»), являющиеся качественными немецкими СМИ, «Вашингтон пост» («Washington Post») и «Национальный интерес» («The National Interest») — качественные СМИ США. Все эти средства массовой информации глубоко и на постоянной основе освещали российско-украинский конфликт и его «крымский» аспект.

Аргументацию, приводимую в публикациях западных печатных СМИ, можно свести к нескольким концептам:

— **юридическому** — недопустимость передела границ, нарушение Россией существующих договоров: «Россия сильно навредила самой себе, аннексировав

Крым» (Russland hat sich mit der Annexion der Krim); «параллель между поведением России в Крыму и аннексией Судетской области гитлеровской Германией» (hatte bei der Veranstaltung zu Wochenbeginn Parallelen zwischen Russlands Vorgehen auf der Krim und der Annexion des Sudetenlandes 1938 durch Nazi-Deutschland gezogen); «необходимо однозначно выступить против первого насильственного изменения границ в Европе со времен Второй мировой войны» (Those are understandable motives, but they ought to be trumped by the imperative of standing unambiguously against the first forcible change of borders in Europe since World War II);

— *антидемократическому* — авторитарная Россия силой подавляет демократию, установившуюся на Украине: «Украина может окончательно оказаться под господством “кристально чистого демократа” Владимира Путина» (wie die Ukraine endgültig unter die Herrschaft des vermeintlich “lupenreinen Demokraten” Wladimir Putin fallen konnte); «проведенный якобы демократическим путем референдум в Крыму неизбежно напоминает о голосовании, инсценированном Гитлером в апреле 1938 года в Австрии» (Das schein-demokratische Referendum auf der Krim erinnert fatal an die Volksabstimmung, die Hitler im April 1938 in Osterreich inszenieren lie?); «...проводимой Владимиром Путиным политики, противоречащей международному праву» (Die Folgen von Wladimir Putins volkerrechtswidriger Politik müssen nicht die gleichen sein wie nach der Sudetenkrise);

— *европейскому* — Россия препятствует реализации европейского выбора Украины: «если Украина будет двигаться в сторону Запада, это уменьшит роль России в Евразии» (if Ukraine moves toward the West, this would diminish Russia's role in Eurasia); «Европейский союз предлагал Украине не членство, а лишь соглашение об ассоциации, и в этот момент Россия стала оказывать давление на Украину» (EU was not offering Ukraine membership, but an association agreement, at which point Russia started pressuring Ukraine).

Анализируя принципиальные подходы российских и западных журналистов, мы можем констатировать, что они, по сути, носят непримиримый характер и фактически повторяют концепты, содержащиеся в выступлениях политических лидеров России и США. Эти концепты наиболее полно и системно содержатся в выступлении Президента России В. В. Путина на церемонии подписания документов о присоединении Крыма к России и в выступлениях президента США Б. Обамы.

Вот некоторые аргументы, представленные в речи Президента В. В. Путина:

«В Крыму могилы русских солдат, мужеством которых Крым в 1783 году был взят под Российскую державу»; «Родина русского Черноморского военного флота»; «В сердце, в сознании людей Крым всегда был и остается неотъемлемой частью России»; «это решение (о передаче в 1954 г. Крыма Украине. — В. А.) было принято с очевидными нарушениями действовавших даже тогда конституционных норм»; «Раз за разом предпринимались попытки лишить русских исторической памяти, а подчас и родного языка, сделать объектом принудительной ассимиляции»; «жители Крыма и Севастополя обратились к России с призывом защитить их права и саму жизнь»; «в городе русской

воинской славы появился бы натовский флот, возникла бы угроза для всего юга России» [4].

Сопоставляя аргументы, приведенные в выступлении Президента РФ и в публикациях ведущих российских СМИ, мы четко видим их практически полное совпадение.

Аналогично фактически полное совпадение концептов, содержащихся в публикациях СМИ и в заявлениях правительства, мы можем увидеть, анализируя аргументацию президента Обамы, представленную в нескольких его выступлениях, касающихся проблематики Крыма: «Референдум в Крыму, назначенный на 16 марта, США считают незаконным»; «Россия, напротив, поощряет действия по дестабилизации этого региона»; «Крым является частью Украины. Крым — это Украина»; «(США. — В. А.) донесут до России, что ее действия на Украине являются дестабилизирующими и должны быть прекращены»; «Россия на данный момент нарушает международное право и суверенитет другого государства»; «Владимир Путин действует с позиции слабости, а не силы».

Иными словами, значимые для формирования общественного мнения средства массовой информации России и США работают в форматах, заданных политической позицией правительств, и даже не пытаются дать объективное, неоднозначное, сбалансированное осмысление сложившейся ситуации. Такое положение более характерно для медиапространств, в которых доминирующее место занимает пропаганда, нежели для открытых медиасистем.

1. Амиров В. М. Образ врага в российском журналистском дискурсе разных войн // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2009. № 1/2. С. 156–161.

2. Амиров В. М. Политическая проблематика в журналистском дискурсе современных вооруженных конфликтов // Политическая лингвистика. 2012. № 4 (42). С. 65–70.

3. Бурова Ю. Е., Стровский Д. Л. Информационная политика и ее формирование в современных российских условиях // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 1 (123). С. 21–34.

4. Обращение Президента Российской Федерации : [офиц. сайт Президента РФ]. URL: <http://www.kremlin.ru/news/20603> (дата обращения: 30.04.2014).

5. Чепкина Э. В. Конструирование поля политики в журналистском дискурсе [Электронный ресурс]. URL: <http://journ.igni.urfu.ru/index.php/component/content/article/430/> (дата обращения: 15.04.2014).

Статья поступила в редакцию 5.05.2014 г.

УДК 378-057.175:070 + 378.1

Е. С. Голоусова

ПРОБЛЕМЫ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ДИСКУРС

Рассматривается проблема современного журналистского образования. Автор исследует мнения экспертов в сфере журналистского образования, анализирует разные взгляды на проблему. Выявляются основные тенденции и даются рекомендации относительно оптимизации учебного процесса.

Ключевые слова: журналистское образование; студенты; преподаватели; теория; практические навыки.

Дискуссии, касающиеся сути журналистской профессии, ведутся уже давно и с каждым годом становятся все более актуальными: стремительно меняется окружающая нас реальность, и перед журналистами встает важная задача — адекватно реагировать на эти изменения. В связи с этим не менее актуальной представляется проблема журналистского образования. «Сегодня журналист обладает цифровыми технологиями, позволяющими одновременно работать для газеты, радио, ТВ, Интернета, мобильной журналистики. Это универсализация журналистской профессии, которая базируется на конвергентности информационного процесса. Все это приводит к новым подходам в обучении» [1]. В связи с этим актуализируются следующие вопросы: каковы современные требования к журналистике? Чему и как учить будущих журналистов?

Что касается первого вопроса, то на него вряд ли можно ответить однозначно. Во-первых, в современном журналистском сообществе отсутствует четкое представление о миссии журналистики. В частности, директор департамента «Факультет журналистики» УрФУ Борис Лозовский в статье «Российские СМИ: портфель заказов на модернизацию» говорит о том, что сегодня в России сложилась определенная медиасистема, в рамках которой функционируют совершенно разные типы СМИ. К настоящему моменту «страна получила специфический набор СМИ с различными представлениями об их общественной миссии, о стандартах профессионально правильного поведения их работников» [4, 8].

Далее автор дает подробное описание каждой группы: 1) государственные СМИ (свобода выражения мнений жестко регламентирована); 2) корпоративные СМИ (владельцы СМИ — различные предприятия, они же выступают в роли «заказчиков»); 3) оппозиционные издания; 4) СМИ — бизнес-предприятия [Там же, 9].

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

© Голоусова Е. С., 2014

Еще одна особенность современной журналистики, по мнению исследователя Л. Кохановой, связана с тем, что сама профессия журналиста сегодня видоизменяется. «У нашей профессии наступает пора, которую можно сравнить с такими моментами в ее истории, как появление печатного станка Гутенберга, радиосигнала и телевизионной трубки — технологических новаций, изменивших мир и саму профессию. Сегодня ее меняет компьютер и Сеть, прежде всего, это — Интернет» [3, 80]. Поэтому уже сегодня, считает автор, можно говорить о наличии у нас в стране двух журналистских пластов — традиционного (классического) и виртуального. Все это, безусловно требует дополнительного серьезного осмысления. Но прежде чем что-то менять, необходимо, по мнению автора, ответить на следующие вопросы: что мы хотим получить? Наименьшее число вузов и студентов? Каким содержанием наполнить вузовское образование? «Опять мы в ситуации, когда необходимо совместить несовместимое: представление молодого человека, чаще девушки, о профессии журналиста, которую выбирают на всю жизнь, и запросы отрасли, которой нужны профессионалы. А еще есть третья сторона — это вуз» [Там же, 82].

Что касается непосредственно медиаобразования, то здесь необходимо отметить следующее. Одна из проблем современного журналистского образования, по мнению ряда медиаэкспертов, связана с *новым подходом к высшему образованию в целом*. В частности, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета профессор В. Тулупов считает, что система высшего образования, существовавшая в Советском Союзе, в современной России отсутствует: мы «пришли ко “всеобщему высшему образованию”. И даже если учесть, что высшая школа в данном случае взяла на себя по отношению к молодежи реализацию социальной функции, качество подготовки специалистов, естественно, снизилось» [6, 9]. Более того, по мнению автора, снизились и требования к самой профессии. В частности, некоторые работодатели «видят в журналистике лишь средство извлечения прибыли и... поощряют журналистов, нарушающих профессиональные и этические стандарты, призывая их организовывать заказные, платные статьи, публиковать надуманно-сенсационные материалы» [Там же, 9].

Аналогичного мнения придерживается декан факультета журналистики СПбГУ Анатолий Пую. Эксперт убежден, что высшее образование в стране обесценилось во многом благодаря тому, что с конца 90-х гг. оно стало доступным для всех, а «высшая школа перестала считаться колыбелью элиты, потому что в вузы стали поступать все те, кто прежде мог рассчитывать только на среднее специальное образование» [5, 63].

Полагаясь на свой личный опыт, могу сказать, что еще лет 10–15 назад в журналистику шли более осознанно, студенческую аудиторию, как правило, составляли те, кто действительно видел себя в этой профессии в будущем. Сейчас среди студентов зачастую оказываются совершенно случайные люди, у которых нет интереса к профессии, не горят глаза. Для них «отбывание» на факультете — это, скорее всего, дань уважения родителям, которым «нужны корочки», или нежелание противостоять общественному мнению, постоянно убеждающему аудиторию в том, что каждый уважающий себя человек должен

иметь диплом о высшем образовании. Поэтому проблема выбора пути, как ее обозначает профессор Тулупов — *либо качественное образование для элиты и массовое — для большинства, либо всеобщее системное обучение*, — остается одной из самых актуальных [6, 8].

Еще одна проблема, о которой можно говорить не только в рамках узкой журналистской направленности, но и в рамках образовательных подходов в целом, связана, по мнению исследователя Галины Яновской, *с деградацией современного образования и падением уровня интеллектуального развития школьников*. Автор объясняет происходящее тем, что, с одной стороны, «современное социокультурное пространство настойчиво внедряет в массовое сознание целую систему псевдоценностей, в то время как подлинные ценности высмеиваются, а затем преподносятся со знаком “—”» [7, 28]. Ситуацию усугубляет и закрепленный в массовом сознании концепт, представляющий образование как сферу услуг. Подобное отношение, по мнению автора, «приводит к нежеланию самостоятельно и при этом добросовестно подготовиться к практическим занятиям, выработать необходимые для профессии навыки и др.». *«Это вы должны нас научить»* — с такой установкой приходят некоторые студенты на лекции, семинары, полагая, что знания имеют свойство просто так укладываться в голове и что никаких усилий прикладывать не стоит.

Опираясь на свой профессиональный опыт, могу сказать, что понятие «домашняя работа» у сегодняшних студентов не всегда ассоциируется с чем-то необходимым, они порой не воспринимают домашние задания как нечто обязательное, используя подход «будет время — сделаю». Но для того чтобы чему-то научить, одних преподавательских усилий мало. Знания нужно уметь *получать*, поэтому так важно, чтобы была отдача со стороны самих студентов, чтобы осознавалась необходимость самостоятельной работы.

Другая серьезная проблема, по мнению заведующего кафедрой журналистики Института филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального университета К. Зорина, связана *с претензиями к качеству специализированного образования*, которые регулярно предъявляют работники СМИ. «Один из “вечных” вопросов, который регулярно задают работники СМИ представителям академического сообщества — чему учат на журфаках и отделениях журналистики. Часто следует апелляция к избытку теории и дефициту практики» [2, 40]. Вместе с тем журналисты-практики сами не всегда готовы вести конструктивный диалог с представителями преподавательского сообщества. Более того, следует учесть, что далеко не все зависит от образовательных методик: многое связано с концептуальными проблемами журналистского сообщества, которые вузы при всем желании решить не смогут. Среди таких проблем автор называет потребительское отношение к профессии, к вузам, отсутствие миссии, падение престижа профессии [Там же, 42].

Еще один блок проблем, по мнению Зорина, связан с масштабными переменах в системе среднего школьного образования, нацеленностью педагогов на «дрессировку» школьников для сдачи ЕГЭ. Поэтому перед вузовскими преподавателями встает серьезная задача — развить в сегодняшних студентах те качества, которые ранее формировались в школе [Там же, 43].

С одной стороны, с автором нельзя не согласиться. Зачастую приходится слышать от журналистов-практиков критические замечания относительно методики журналистского образования, общего интеллектуального уровня будущих акул пера. Но есть и обратная сторона медали. Так, по словам куратора летней практики доцента кафедры периодической печати УрФУ М. Ф. Поповой, на студентов-журфаковцев всегда был особый спрос. «Спрос на наших студентов всегда был, и сейчас тоже есть. Многие из наших студентов возвращаются с практики с реальными предложениями касательно дальнейшего сотрудничества, со многими сразу же готовы заключить контракт и взять в штат. И поэтому вполне естественно, что на момент выпуска наши студенты уже являются полноценными сотрудниками различных изданий, интернет-порталов регионального и федерального масштаба»¹. На наш взгляд, все это может служить подтверждением того, что претензии относительно качества современного журналистского образования не всегда имеют под собой четкие основания.

Между тем вполне резонным представляется вопрос: а что думают о своей будущей профессии студенты факультета журналистики УрФУ? Для этого весной 2014 г. автором данной публикации совместно со студентами 4-го курса было проведено исследование на тему: «Ценностные ориентиры студентов-журналистов». Целью данной работы было выявление основных ценностных ориентиров студентов-журналистов при первичном ознакомлении с профессией (после прохождения первой практики) и сравнение полученных результатов с аналогичными исследованиями среди выпускников факультета. Вопросы, на которые предстояло получить ответ, звучали следующим образом: что влияет на выбор студента при поиске потенциального работодателя? Что привлекает студентов в профессии журналиста, а что отпугивает? Меняются ли эти взгляды с течением времени?

Отметим, что в качестве респондентов были выбраны студенты второго и выпускного курсов. Данная выборка обусловлена тем, что студенты второго курса уже прошли первую практику и получили первые впечатления от соприкосновения с профессиональной средой, а многие из выпускников факультета журналистики УрФУ являются вполне состоявшимися профессионалами, своего рода экспертами. Было опрошено по 50 человек с каждого курса. Тип выборки — случайная. Метод сбора информации — анкетирование по месту учебы. Использовались следующие типы вопросов:

- а) по структуре — открытые и закрытые;
- б) по функциям — основные и контрольные;
- в) по содержанию — о мнениях;
- г) по форме — прямые.

Анализ полученных данных показал, что первую практику в желаемом СМИ прошли 58 % респондентов второго курса; из них 56 % остались довольны и планируют продолжить практику в данном СМИ. Поменять профессиональную среду планируют только 10 % опрошенных, разочаровались

¹ Из личного архива автора.

в профессии, но желают продолжить обучение еще 7 %. В целом в профессии планируют остаться 78 % опрошенных. Что касается минусов профессии (вопрос о минусах был полностью открытым), то к ним студенты-второкурсники относят «маленькую зарплату», «стресс», чуть в меньшей степени — «отсутствие независимости».

Среди плюсов студенты второго курса выделили: «информированность» (на первом месте), «связи и новые знакомства» (второе место), «творческую деятельность» (третье).

Если говорить о выпускниках, то здесь важно отметить снижение удовлетворенности своей практической деятельностью. Так, практикой остались довольны только 36 % респондентов, планируют сменить профессиональную среду около 40 % выпускников. Среди плюсов профессии выпускники назвали: «творчество» (первое место), «контакт с интересными людьми», «информированность» (третье). К минусам они относят: «низкую заработную плату», «зависимость от мнения спонсора», «отношение к журналистам». Остаться в профессии намерены 48 % опрошенных. В целом, анализируя результаты данного исследования, можно говорить о снижении желания оставаться в профессии. Если среди респондентов 2-го курса данное желание наблюдалось у 78 %, то к выпускному курсу этот показатель снизился до 48 %.

Вместе с тем следует отметить, что факультеты журналистики как вполне самостоятельные образовательные единицы также не стоят на месте и в силу своих возможностей пытаются учитывать происходящие изменения. В частности, если говорить об универсализации профессии и возрастающей потребности СМИ в журналистах, являющихся «мастерами на все руки», то здесь можно привести в пример опыт журфака УрФУ. Например, студенты-бакалавры данного факультета начиная с 3-го курса могут выбрать специализацию в зависимости от своих профессиональных предпочтений (радио, ТВ, печать). Студенты могут записаться и посещать сразу несколько мастер-классов: «Коммуникативный тренинг», «Журналистика экстремальных ситуаций», «Американская и российская журналистика» и др. Получается, что, с одной стороны, студентам предоставляется возможность получения углубленных знаний по интересующим их дисциплинам. Вместе с тем расписание построено таким образом, что студенты могут записаться сразу на несколько спецсеминаров или спецкурсов. Как нам кажется, это и есть тот гибкий подход, который в определенной степени способствует модернизации учебного процесса.

В заключение хотелось бы привести мнение одного из выпускников факультета журналистики (последняя группа, которая прошла обучение по пятилетней программе «специалитет»).

Сергей К.: Что могу сказать по прошествии пяти лет? Опыт, опыт и еще раз опыт! Практика, практика, практика! Этого на факультете много, недостатка в практической работе на факультете нет. Я бы поменьше времени уделил (а лучше бы исключил) таким предметам, как «История математики», «История философии». Эти лекции посещали единицы! А больше времени бы отвел «Современным зарубежным СМИ», «Имиджу политика в СМИ», «Законодательству о СМИ и практике его применения». ...побольше бы часов иностранного языка. Хотя бы не два года, а три! Да, студенты

будут недовольны, но потом поблагодарят за опыт и знания. И не ставить ни одному студенту зачет, пока не освоит грамматику иностранного языка»².

Таким образом, можно заключить, что спектр проблем, актуальных для современной системы журналистского образования, достаточно широк. Среди наиболее значимых можно обозначить следующие:

- учет тенденций современного мира и ориентирование на воспитание и обучение универсальных журналистов;
- уделение внимания обучению студентов практическим навыкам путем использования новых, более технологичных ресурсов, а также привлечения к работе журналистов-практиков;
- формирование у студентов навыков выполнения самостоятельной работы, творческих заданий, развивающих креативные и аналитические способности;
- формирование более гибкого подхода в обучении, позволяющего адаптировать базовый образовательный стандарт в соответствии с требованиями времени (интенсификация занятий по определенным дисциплинам, например, по иностранному языку).

Р. С. Автор благодарит студентов и коллег, оказавших помощь в сборе материала для публикации.

1. Выступление Я. Н. Засурского на VII Всероссийском фестивале СМИ «Вся Россия-2002». 25.08.2005 [Электронный ресурс]. URL: mediacratia.ru/owa/mc//owa/mc/mc_project_news.html?a_id=2718.

2. Зорин К. А. Отсутствие воли журналистского сообщества как одна из проблем профессионального образования // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 1. С. 40–48.

3. Коханова Л. А. Нужен ребрендинг профессии // Там же. С. 80–90.

4. Лозовский Б. Н. Российские СМИ: портфель заказов на модернизацию // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2. С. 7–12.

5. Пую А. Современные студенты более амбициозны и требовательны // Журналист. 2011. № 7. С. 62–63.

6. Тулунов В. В. Какое будущее ждет журналистское образование? // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 1. С. 6–18.

7. Яновская Г. В. Журналистское образование: взгляд из зазеркалья // Там же. С. 27–39.

Статья поступила в редакцию 21.05.2014 г.

² Из личного архива автора.

УДК 004.77 + 004.738.5:655.41

Е. В. Горина

ВАРИАТИВНОСТЬ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ В ДИСКУРСЕ ИНТЕРНЕТА

Рассматривается вариативность подачи информации, которая насковзь пронизывает дискурс Интернета. Вариативность анализируется и с содержательной, и с оформительской стороны. Показано, что средства оформления вариантов информации в Сети — это одновременно и проявление заботы о читателе, и элемент воздействия на него.

Ключевые слова: вариативность; средства дискурсивных защит; теория дискурсивной защиты; Интернет; дискурс.

Каждый пользователь Интернета привык к большому выбору информации, представленной в Сети. Мы выбираем, что нам читать, на какой площадке Интернета работать, чему верить, с кем общаться, как получать сведения, распространять их или нет и т. д. Практически каждый кусочек реальности отражается в виртуальном пространстве множеством способов. Любая инвариантная информация представлена в Сети во многих вариантах. Например, новость о новом внедорожнике Suzuki подается и в виде рекламного сообщения на страницах поисковых программ, и в виде новости на городском портале, и в виде обзора новинок на сайте магазина японских автомобилей, и в виде комментария к новости от пользователя «Фэйсбука», и в виде отдельной статьи на сайте завода японских авто. Новость одна, а вариантов ее представления много. Более того, информация подается вариантно не только содержательно, но и оформительно. Каждое представление сведений особенно: в одном варианте выделено одно, в другом — другое, в третьем — третье и т. д. Пользователь оказывается среди моря похожей по смыслу информации. Случается, что варианты дублируются точь-в-точь, и это затрудняет процесс лавирования в потоке сведений и поиск свежих новостей. Но чаще всего варианты одной информации различны настолько, что человеку сложно верить хотя бы одному из представлений, а инвариант, оригинал, источник сведений найти бывает нелегко, а порой невозможно. При таком раскладе повторяющейся, часто искаженной, расширенной, многократно интерпретированной информации пользователь оказывается в ловушке смыслов. Размах сведений и способов их подачи, с одной стороны, делает выбор невероятно широким и разнообразным, с другой стороны, путает пользователя, особенно неумелого или начинающего. Чтобы исключить искажение информации самим адресатом, коммуникативные конфликты, взаимное непонимание адресата и автора, в Интернете активно задействованы средства дискурсивной защиты [1, 2, 3, 7, 9].

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).

© Горина Е. В., 2014

Теория дискурсивной защиты основана на учении А. А. Реформатского [8] о роли каждого знака в процессе восприятия и интерпретации информации. Элемент любой знаковой системы, встроенный в сообщение, оказывает влияние на понимание сути, статуса, значения сообщения, воздействует на ассоциативный ряд, помогает адресату лучше понять замысел автора, точнее интерпретировать получаемые сведения. Теория дискурсивной защиты подразумевает намеренное исключение возможных смысловых конфликтов, предугадывание сложностей восприятия текста адресатом, «защиту» адресата от искажения информации и коммуникативной неудачи, предостережение от однонаправленности коммуникативного акта, создание более комфортных условий человеку для работы в Сети. Обращаясь к теории дискурсивной защиты, мы выделяем две большие группы реализующих ее средств: композиционно-речевую и техническую. К группе композиционно-речевых средств мы относим: сегментацию, интеграцию и компрессию информации; повторы разных типов; ссыльно-отсыльные элементы; семиотическое варьирование; внутреннюю политекстуальность; текстовые элементы; параграфемные средства. Вторую группу средств дискурсивной защиты составляют технические средства, к которым мы относим все элементы, идущие от компьютера, от машины (виды курсора, оформление интерфейса, строки подсказки, кнопки на панелях экрана и т. п.) [2]. Коротко охарактеризуем средства композиционно-речевой группы.

Сегментация информации — подача значимых частей сообщения сегментами (рубрики, анонсы, заголовки, тексты). Сегментация облегчает зрительное восприятие сведений на странице в Сети, обеспечивает более четкое понимание контента. **Интеграция** — объединение самодостаточных блоков в единое произведение (составной текст интернет-СМИ, форума, сайта). **Компрессия** позволяет сжать информацию до формы указателя. Пользователь работает со сжатыми до гиперссылки сведениями, привыкает к ссыльным указаниям на информацию. **Повторы** (буквальные, синонимические, парафразированные) разных смысловых компонентов служат для усиления доступности информации, распространения, активизации адресата в Сети. **Ссыльно-отсыльные элементы** (гиперссылки) приучают пользователя к ссыльному чтению, что сопоставимо с заголовочным чтением СМИ. **Семиотическое варьирование** обеспечивает известную черту — мультимедийность [4, 5], означает, что в Интернете одновременно существуют элементы разных знаковых систем (математические значки, знаки пунктуации, текст, видеоряд, аудиофайлы, анимация). Причем знаки разной семиотической природы могут быть задействованы в одном сообщении в разных пропорциях, в разной комбинации. **Внутренняя политекстуальность** означает связь смысловых блоков в Сети, взаимодействие и столкновение разных смысловых сфер (субдискурсов) в глобальном дискурсе Интернета [1, 6, 9]. **Текстовые компоненты** — односложные или двусложные наименования структурных частей составного текста; словесное выражение наименований смайлов или мемов; русские сокращения и сокращения с использованием элементов английского языка; слова из олбанского языка «падонкафф»; текстовые части креолизованного

текста и т. п. *Параграфемные средства* — композиционно-пространственные средства организации сообщений в Сети: рамки разделительного или выделительного характера, зачеркивания, разного рода изображения и фотографии, звездочки, математические и лингвистические значки, смайлы и мемы, иконки разных программ или сайтов, шрифты, цветовое выделение, смена регистра и т. д.

Каждое средство дискурсивной защиты демонстрирует дружелюбность Интернета (и самого компьютера) к пользователю. Интернет невероятно популярен по многим причинам, среди которых удобство его организации играет большую роль (виртуальный мир устроен понятно, в нем легко и приятно работать). Средства дискурсивной защиты связаны с вариантностью подачи информации в Сети, они способствуют оформлению и инварианта, и каждого варианта предлагаемых сведений. Они оказывают влияние на работу человека с документами и формируют процесс восприятия, придают яркость и обеспечивают разнообразие подачи сведений, при этом гарантируют максимальную точность и доступность изложения [1–3, 7]. Более того, средства дискурсивной защиты показывают, что вариантность пронизывает дискурс Интернета насквозь, поскольку вариантным оказывается не только содержательное представление информации, но и оформительское. Средства дискурсивной защиты позволяют по-разному подать смысл высказываний, по-разному выделить высказывание на странице Сети. Вариантной оказывается не только интерпретация, но и выбор способов оформления. Какие именно средства дискурсивной защиты использует автор — это тоже проявление вариантности в Сети. Таким образом, средства дискурсивной защиты подчеркивают специфику Интернета и способствуют представлению вариантной информации.

Варианты сведений в виртуальном мире располагаются на разных площадках: соцсети, сайты, информационные порталы, форумы, чаты, разного рода проекты и т. д. Средства дискурсивной защиты помогают распространять информацию за счет активизации адресата в Интернете. Очень часто возле сообщения или в заголовочной (подвальной) части сайтов располагаются значки «Фэйсбука», «ВКонтакте», «Твиттера», «Одноклассников» и т. п. соцсетей, что становится сигналом для пользователя, говорящим о возможности поделиться сведениями. Так, заметка с городского портала или сайта учреждения попадает в ленту новостей социальной сети, привлекая внимание еще большей аудитории. При этом перепост часто сопровождается личным комментарием, уточнением, оценкой, замечанием, что расширяет значение варианта, делает его отличным от других, ориентирует его на определенную аудиторию (друзей и знакомых автора в сети), а также увеличивает количество вариантов конкретной информации в целом.

Например, новость об обязательном введении школьной формы для всех учащихся появляется на новостном портале в виде заметки. Читатель делится данной новостью на своей страничке в «Фэйсбуке», комментируя следующим образом: «Все новое — это хорошо забытое старое. Вот и школьная форма возвращается». С таким комментарием вариант представления текста приобретает новый акцент. Кроме того, пост в социальной сети оказывается оформ-

лен иначе, нежели на новостном портале: он выглядит более самостоятельным, подается с меньшим количеством конкурирующих новостей, снабжен комментарием знакомого или даже близкого для получателей сообщения человека. Все это оказывает влияние на адресата и привлекает его внимание. Далее информацию на странице пользователя комментируют друзья (добавляя новые акценты, новые ракурсы понимания сообщения), некоторые из них делают репост и размещают новость уже на своих страничках в соцсети (возможно, дублируя ссылку и в «Одноклассниках», и в «ВКонтакте» и т. д.), а также на сайтах для родителей и детей или в личных блогах, сопровождая все собственными обильными комментариями. С каждым перепостом сообщение подается на очередной странице Интернета в новом виде, с особенным оформлением относительно соседних материалов. Теперь уже к обсуждению подключаются друзья друзей, подписчики, участники форумов, репосты повторяются, объем мнений по поводу сообщения растет, новость становится весьма известной. Обсуждение в Интернете замечается журналистами, они делают обзор комментариев и публикуют большой текст, вскрывая все точки зрения на идею введения всеобщей школьной формы. Получившаяся статья (еще один вариант инвариантной информации) имеет успех, ею делятся на страницах в соцсетях, сайтах, форумах и т. п., комментируют, и история распространения и вариантности повторяется. Таким образом, мы наблюдаем рост вариантной информации в Сети, которая не разрозненно существует, а постоянно обновляется, дополняется, предстает в упорядоченном виде, а затем опять распадается на компоненты. В большой степени такой активности адресата в распространении, анализе, комментировании, публичной интерпретации сведений способствуют средства дискурсивной защиты (параграфемные средства, семиотическое варьирование, ссылочно-отсылочные элементы, текстовые компоненты). Адресат видит открывающиеся перед ним возможности благодаря знакам разных семиотических систем. Рисунки, значки, цвет, символы разной природы и т. д. — все в Интернете оказывается значимым, что-то предлагающим пользователю. Например, изображение сжатого кулака с поднятым большим пальцем — возможность сказать, что материал понравился (рука с опущенным пальцем вниз — материал вызвал отторжение); нарисованный глаз говорит о том, сколько просмотров получила новость (при низком рейтинге многие читатели не обращают внимания на сообщение, считая его не самым интересным); символы «Фэйсбука», «Одноклассников», «Твиттера» — способ мгновенно поделиться новостью с друзьями или оставить ее для себя в памяти сетевой страницы и т. д. Возможностей, которые скрыты за параграфемными знаками, символами разных знаковых систем, много. В выборе определенного набора средств дискурсивной защиты тоже проявляется вариантность подачи сообщения.

Вариантная информация в Сети подается в разных жанрах, стилях, с разными целями, что определяется типом виртуальной площадки и ее аудиторией. Вариантная информация может носить развлекательный, информационный, аналитический, официальный и иной характер. Способствуют пониманию сути сообщения средства дискурсивной защиты, ориентирующие читателя

в статусе информации. Внешний вид материала, сопутствующих ему элементов часто помогает легко определить, какое настроение хочет передать нам автор. Развлекательный информационный портал (яркий, пестрящий, анимированный, разноцветный) сильно отличается от официального сайта административного учреждения (со спокойным и сдержанным дизайном). Каждая виртуальная площадка диктует свои особенности подачи вариантной информации. Одна и та же информация подается для разной аудитории, с разными целями, в разных жанрах и стилях. Средства дискурсивной защиты позволяют адресату сориентироваться в статусе сообщения. Благодаря семиотическому варьированию, параграфемным средствам, внутренней политекстуальности пользователь понимает, когда одна и та же информация предстает в виде официальной, деловой, или в качестве развлекательной, или в виде научного сообщения.

Благодаря параграфемным средствам, семиотическому варьированию, текстовым компонентам мы буквально с первого взгляда отличаем редакторскую колонку от новости часа, рекламу — от официального документа, репортаж — от заметки и т. д. Мы мгновенно узнаем знакомые нам страницы социальных сетей, часто просматриваемых форумов, сайтов и т. д. Пользователь быстро находит интересующий его объект, когда ему знакома расстановка компонентов в виртуальном пространстве, видит мигающие новые сообщения, выделенные цветом неп прочитанные новости, обведенные в рамку или снабженные ярким восклицательным знаком главные новости. На незнакомой виртуальной территории пользователь ориентируется на известные выработанные в Интернете наборы знаков, сигнализирующих о значимости той или иной части информационного пространства. Так средства дискурсивных защит оптимизируют работу пользователя с информацией, формируют процессы восприятия сведений.

Средства оформления сообщения, его выделения, сегментирования, интегрирования и компрессии оказывают влияние на заметность новости для адресата. С помощью средств дискурсивной защиты автор может вывести информацию в ранг главной на виртуальной странице, сделать ее наиболее заметной, врезающейся в память, цепляющей внимание адресата. И те же дискурсивные средства помогут автору перевести материал в ряд второстепенных, малозначительных, попутных, следовательно, менее привлекательных для читателя. Материал с крупным заголовком, выделенным лидом, цветной иллюстрацией получит больше внимания, нежели напечатанные привычным шрифтом, подчеркнутые две строчки начала заметки.

Использование средств дискурсивной защиты для представления вариантов информации в Сети говорит о том, что теория дискурсивной защиты ориентирована на управление работой пользователя в виртуальном мире, на оптимизацию его восприятия и понимания сведений, предлагаемых в Сети. Интернет выработал некоторые шаблоны подачи вариантов сообщений (типовое расположение материалов на сайте, набор символов и значков, несущих определенный смысл, и т. д.), эта шаблонность облегчает зрительное восприятие информации пользователем и гарантирует понимание контента в соответствии

с замыслом автора. Семиотическое варьирование демонстрирует сочетание элементов разных знаковых систем на одном пространстве. В Интернете мы видим знаки математики, пунктуации, аудио, видео и текстовые компоненты, анимацию, разнообразные шрифты и цвета, кроме того, композиционно-пространственное расположение элементов и особое выделение фрагментов текста (заголовка, лида, анонса, врезки) также подчеркивают варьирование разных способов кодирования сведений. Благодаря семиотическому варьированию, параграфемным средствам дискурсивной защиты пользователь получает креолизованные тексты в огромном количестве. Варианты одной и той же информации подаются с разными пропорциями сочетания иллюстраций и текста. Разнообразие способов подачи, выделения информации, самостоятельная, естественная расстановка акцентов — все это доказывает жизнеподобие Интернета. Как и в реальной действительности, человек видит информацию в самых разных видах, формах, стилях. Интернет представляется в виде технически оформленной копии жизни.

Кроме того, средства дискурсивной защиты позволяют самой системе Интернет быть защищенной. Разнообразие вариантов одной информации приводит к тому, что каждый пользователь в состоянии сориентироваться и выбрать ту площадку, которая наиболее отвечает его запросам, тех авторов, чьи акценты наиболее близки и понятны. Интернет не подстраивается под каждого пользователя, не вносит изменения в собственную структуру, а предлагает самому пользователю формировать некий информационный поток, вычлняя из Сети те сведения, что ему важны, полезны и интересны самостоятельно.

Средства дискурсивной защиты — это эффективный и сильный манипулятивный инструмент, который помогает автору ориентировать читателя в море сообщений. Пользователь оказывается в Интернете среди множества информации, переработать все предложенные варианты, разумеется, нет возможности, да и читатель не ставит такой задачи. Поэтому автор использует средства дискурсивной защиты, чтобы привлечь внимание читателя, склонить к чтению своей версии инварианта, передать некие суждения, навязать мнения, расставить по-своему акценты. При этом у пользователя всегда остается ощущение свободы выбора. Человек открывает страницу интернет-газеты и полагает, что самостоятельно выбирает то, что ему хочется прочитать. Думается, что такая самостоятельность пользователя — это во многом иллюзия, имитация свободы. Расположение материала, его оформление, сопровождающие его элементы — все организовано в Сети так, чтобы читатель сделал навязанный ему выбор, подчинился идее автора. Разумеется, манипулятивность авторов сообщений в Интернете не преследует пользователя на каждом шагу, например, справочную информацию каждый из нас ищет по собственной инициативе, вне зависимости от авторского плана заинтересовать нас новостями политики или экономики. Но искать ту же справочную информацию куда легче, приятнее, проще именно на том сайте, создатели которого о пользователе позаботились и расположили справку в удобном месте, сделали так, чтобы мы легко могли найти и открыть интересующую нас информацию. Именно такие сайты в результате пользуются большей популярностью. Средства

дискурсивной защиты — это и средства манипулирования, и средства заботы о пользователе, проявление и авторской воли, и дружелюбности к читателю.

Средства дискурсивной защиты обеспечивают множество вариантов представления информации. Они помогают пользователю ориентироваться в структуре информации, лучше понимать структуру страницы в Сети, видеть автономные и связанные между собой элементы, обеспечивают графическую выразительность, вскрывают для пользователя важные содержательные нюансы текста. Каждая вариантная форма сообщения благодаря средствам дискурсивной защиты приобретает особенное звучание, особый вид, по-своему привлекает внимание и ориентирует читателя в мире информации [1–3, 6, 7, 9].

1. Горина Е. В. Воздействующий потенциал теории дискурсивных защит в интернет-СМИ // Вестн. Гуманитар. ун-та (Екатеринбург). 2013. № 2 (2). С. 155–161.
2. Горина Е. В., Лазарева Э. А. Композиционно-речевые средства дискурсивной защиты в Интернете // Научная дискуссия: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. № 8 (15) : материалы XV Междунар. заоч. науч.-практ. конф. М., 2013. С. 61–69.
3. Горина Е. В., Лазарева Э. А. Теория дискурсивной защиты в интернет-коммуникации // Научная дискуссия: инновации в современном мире. № 7 (15) : сб. ст. по материалам XV Междунар. заоч. науч.-практ. конф. М., 2013. С. 8–16.
4. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : моногр. / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М., 2012. 328 с.
5. Интернет-СМИ: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М., 2011.
6. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Определяющие внутрисистемные признаки Интернета // СМИ в условиях информационной глобализации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 25–26 апр. 2012 г.) / Урал. федер. ун-т. Екатеринбург, 2013. С. 88–90.
7. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Теория защит А. А. Реформатского в современных средствах массовой коммуникации // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 4 (81). С. 135–143.
8. Реформатский А. А., Коушанский М. М. Техническая редакция книги. М., 1933.
9. Скворцов О. Г., Лазарева Э. А., Горина Е. В. Дискурс Интернета : моногр. Екатеринбург, 2009. 177 с.

Статья поступила в редакцию 30.04.2014 г.

О НЕКОТОРЫХ ТРЕВОЖНЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

На материале медиатекстов, посвященных трем актуальным событиям, рассматриваются следующие тенденции современного российского медиадискурса: конструирование образа внутреннего врага, который воспринимается как «враг государства», поляризация медиадискурса и, как следствие, аудитории массмедиа, сакрализация официальной идеологии и мифологии, а также разрушение рациональности в дискурсе массмедиа и сознании массовой аудитории.

К л ю ч е в ы е с л о в а: медиадискурс; идеология; образ врага; сакрализация; разрушение рациональности.

В настоящей статье мы рассмотрим некоторые тревожные тенденции, которые, на наш взгляд, обозначились в современном российском медиадискурсе. Для того чтобы выявить их, проанализируем три медиасобытия, которые конструировались по схожему сценарию. Его можно упрощенно представить в виде схемы:

1. Стимул: некий субъект, реально или мнимо связанный со стороной 1, осуществляет действие критического характера в отношении какого-либо объекта.

2. Реакция: сторона 2 негативно реагирует на действие упомянутого субъекта, встраивая последнего в более широкий круг врагов (сторона 1), и тем самым провоцирует информационный конфликт. Эта реакция подкрепляется государственной пропагандой, а содержание реакции заключается в том, чтобы зафиксировать сакральный статус объекта критического действия и таким способом показать недопустимость какой бы то ни было критики по поводу данного объекта, что позволяет понизить статус стороны 1, посягнувшей на сакральную ценность.

Какие же события разворачивались в медиапространстве в соответствии с этим сценарием?

1. Актуализация «классовой борьбы» в период президентской гонки 2011–2012 гг. Эпицентром событий стал Урал, а стимулом — провокационный пост волгоградского (!) блогера Андрея Куприкова [см. также: 5]. Процируем этот текст полностью (стиль, орфография и пунктуация автора сохранены):

Сегодня по-секрету слили инфу по которой не знаю, как реагировать. Если правда, то это надо срочно лечить электричеством, потому как дураки и дороги все чаще стали совпадать и усиливать друг друга, если нет, то слава Богу, хотя и ужоснах, как воняет провокацией.

В Нижнем Тагиле рабочие с «Уралвагонзавода» все-таки выходят в поддержку ЕдРа и режима. И поведёт их как раз тот паренек, который к Путину обращался. В общем едроссовский скот в лице заводских быков выходит помычат на площадь (выделено автором; 23.12.2011. URL: <http://andrey-kuprikov.livejournal.com/602355.html>).

Следует отметить, что этот весьма обычный для блогосферы пост, скорее всего, не вышел бы за ее пределы, если бы не бурная негативная реакция второй стороны:

Сегодня происходят попытки расшатать страну, раскачать ситуацию, изменить курс стабильного развития. В Москве и других крупных городах выходят на митинги «продвинутые» бездельники, которые присвоили себе право говорить от имени всего народа. Пока мы круглосуточно работаем на наших заводах, производим продукцию, которая приносит средства государству, они шатаются по улицам, горлопаня о своих правах... Когда мы вышли на митинг поддержки Владимира Путина, они называли нас «быдлом», которое должно только мычать и пахать (29.12.2011. *Цит. по: официальный сайт Уралвагонзавода. URL: <http://www.uvz.ru/news/3/128>*).

Это фрагмент из обращения к «рабочему классу Урала» и «трудовому народу России» Комитета Уралвагонзавода в поддержку Владимира Путина. Авторы противопоставляют рабочий класс, к которому относят и себя, «продвинутым» бездельникам, которые шатаются и горлопанят. Высокая концентрация речевой агрессии обеспечивается за счет активного использования оценочной лексики: *бездельник* — *разговорное обозначение человека, который бездельничает, лентяя* [11, 40]; *шататься* — *бродить без дела (раз.)* [Там же, 892]; *горлопанить* — *то же, что горланить, то есть громко говорить, кричать, петь (прост., неодобр.)* [Там же, 139]. Все это показывает, что противная сторона, с точки зрения авторов обращения, не заслуживает толерантного отношения, воспринимается в качестве врага, с которым надо бороться. Враг является коллективным, о чем свидетельствует использование форм множественного числа, а негативные характеристики, свойственные одному из оппонентов (очевидно, Андрею Куприкову), универсализируются и распространяются на всех членов данного коллектива, что можно считать типичным способом проявления интолерантного отношения.

Вскоре «Областная газета», учрежденная органами власти Свердловской области, публикует открытое письмо Игоря Холманских, отражающее ту же позицию:

Этот курс проводит Владимир Путин все время, что он находится у власти, — поэтому мы его поддерживаем. И будем поддерживать, что бы ни писал в своих блогах «офисный планктон» (*Областная газета. 2012. 19 янв.*).

Так вводится открытое противопоставление работников мануального и ментального труда, которое можно условно назвать классовым (социальные группы выделены на основании их отношения к общественному разделению труда). Происходит актуализация классовой борьбы советского периода, когда к классовым врагам были отнесены представители буржуазии и зажиточного крестьянства. Сама принадлежность к данным социальным группам являлась ненормативной, преступной, вот почему они подлежали уничтожению. Соот-

ветствующие смыслы зафиксированы, например, в Толковом словаре русского языка Д. Н. Ушакова, отражающем идеологические установки того времени: *буржуазия — класс эксплуататоров, владеющий на правах частной собственности орудиями и средствами производства и извлекающий прибавочную стоимость посредством эксплуатации наемного труда* [14, 206]; *кулаки — зажиточные крестьяне, эксплуатирующие односельчан... Уничтожить кулака как класс* [Там же, 1543].

Новая классовая борьба институционализируется и находит отражение в активно тиражируемых посредством СМИ заявлениях представителей общественных организаций и органов государственной власти:

Мы видим, что Запад захлестнул волной экономической, финансовой, политический кризис. И Россия в этом бушующем океане — это островок стабильности. Но есть силы, которым это не нравится. Так что предпринимаются определенные шаги, чтобы дестабилизировать ситуацию в стране. Голову поднимает так называемый офисный планктон, который раскачивает ситуацию и пытается бросить Россию в пучину... Офисный планктон должен получить самый решительный отпор. Но пасаран. Они не пройдут. Путина в президенты (*председатель Совета ветеранов Уралтрансмаша Анатолий Волкович, цит. по: УралПолит.Ру. 2012. 13 янв.*);

Добрый день, рабочий класс Урала! Мы, пермяки, любим вас! Поддерживаем вас! Мы с вами! Настало время сказать «нет» этим клоунам с Болотной площади. Этих козлов — сюда, на Урал, в рабочие коллективы! Мы сделаем их. Мы, рабочие от Народного фронта, будем принимать законы для народа. Мы — только народ (*из выступления депутата Госдумы РФ от «Единой России» Валерия Трапезникова на митинге в Екатеринбурге, 28.01.2012*).

В комментариях других сторонников В. В. Путина, посвященных рабочему движению, могут и не содержаться призывы к разжиганию классовой борьбы, однако в них непременно формируется идеализированный образ рабочих:

Сегодняшний митинг очень необычен, начиная с того, кто его придумал и как шла его организация. И все это не случайно. Ведь **работяги** с «Уралвагонзавода», которые выступили инициаторами митинга, не привыкли организовывать какие-то массовые мероприятия, они привыкли работать. Поэтому организация митинга шла у них по-простому, по-народному (*секретарь политсовета Свердловского отделения «ЕР» Виктор Шенный, цит. по: официальный сайт Свердловского отделения «Единой России». URL: sverdlovsk.er.ru*);

Это некий исторический момент, когда рабочий люд выходит на улицы, чтобы заявить о том, что они находятся в согласии с действующей властью, поддерживают ее. Ведь это митинг «за», а не «против», митинг, который объявляет, что уральские **трудяги**, которые «волокут» на себе оборонку страны, определились с выбором (*руководитель Свердловского исполкома «Единой России» Сергей Никонов, цит. по: официальный сайт Свердловского отделения «Единой России». URL: sverdlovsk.er.ru*).

Особо показательными здесь представляются выделенные нами слова, точно отражающие отношение говорящих к рабочему классу: *работяга — работающий, старательный человек (разг.)* [11, 638]; *трудяга — очень трудолюбивый, старательный человек, работяга (прост.)* [Там же, 814].

Итак, формирование на Урале рабочего движения в поддержку кандидата в президенты В. В. Путина привело к противопоставлению двух социальных групп по принципу, близкому к классовому, в результате чего сформировался образ офисного планктона как врага рабочего класса. Интересно, что данный враг был пассивной стороной конфликта и, как показывают материалы СМИ, не осуществлял сколь бы то ни было системных действий, направленных на дискредитацию рабочих.

2. Так называемый «панк-молебен» Pussy Riot в Храме Христа Спасителя 21 февраля 2012 г. Позиция официальных и официозных медиаресурсов в основном свелась к резкому осуждению участниц акции. Продемонстрируем это на примере двух программ Аркадия Мамонтова из цикла «Специальный корреспондент», вышедших на телеканале «Россия 1» под заголовком «Провокаторы» (24.04.2012 г.) и «Провокаторы-2» (11.09.2012 г.) [4]. В самом начале обеих программ ведущий показывает, какую социальную группу он представляет:

22 апреля 2012 года состоялось молитвенное стояние Русской православной церкви и ее верных чад. Что заставило нашу церковь вывести на улицы десятки тысяч людей, объявить, так сказать, народное ополчение? Что заставило нас, православных, выйти так массово на улицы Москвы и других городов и объявить, что мы не дадим в обиду ни веру свою, ни церковь свою? («Провокаторы»); Храм Гроба Господня. Здесь наш Спаситель страдал, принял крестную смерть, был погребен и воскрес. Для всех христиан это самое святое место на Земле («Провокаторы-2»).

В приведенных фрагментах конструируется религиозная общность, которая получает различные номинации: *христиане, православные, русская православная церковь и ее верные чада*. С помощью выделенных нами личных и притяжательных местоимений говорящий показывает свою включенность в данную группу. Таким образом, появляется круг своих, от имени которых говорит журналист. Включенность журналиста в названную социальную группу оказывает влияние на его институциональный голос: в текст внедряется церковно-религиозная лексика: *чада, Спаситель, крестная смерть, воскреснуть, святой*. Используются и синтаксические средства выразительности: анафора (*Что заставило... Что заставило...*), инверсия (*ни веру свою, ни церковь свою*) и др. Все это сообщает речи ведущего «архаически-торжественную окраску», типичную для церковно-религиозного стиля [10, 20].

Религиозная ориентация журналиста обуславливает также конструирование в его речи образа врага:

21 февраля в Храм Христа Спасителя вошли несколько человек, среди них было пять абсолютно, по моему мнению, одержимых людей, которые устроили на святом месте для всякого православного человека, на амвоне храма, пляски с богохульными лозунгами («Провокаторы»); Тема сегодняшней передачи — это то, что произошло весной этого года в Храме Христа Спасителя, когда несколько молодых девушек устроили богомерзкую хулиганскую выходку на амвоне кафедрального собора России («Провокаторы-2»).

Обратим внимание на два пласта оценочной лексики. Первый — вполне стандартный для журналистского текста — содержит оценку персонажей, со-

бытий и явлений действительности с точки зрения светского общества: *хулиганский* — относящийся к хулиганству, то есть грубому нарушению общественного порядка, бесчинству [11, 871]; *выходка* — поступок, противоречащий общепринятым правилам поведения [Там же, 122]. Второй пласт — более экзотический для программы нерелигиозной направленности: *одержимый* — в значении *безумный, бесноватый* [Там же, 445]; *богохульный* — *хулящий Бога, поносящий, оскорбляющий церковные реликвии, обряды* [Там же, 53]; *богомерзкий* — *богопротивный, нечестивый* [13, 29]. Появление этой лексики обусловлено включенностью говорящего в обозначенную нами социальную группу. Оценка здесь производится с религиозных позиций.

Группа врагов расширяется за счет тех, кто способствовал хулиганству и высказался в поддержку Pussy Riot:

Через 3 дня, 21 февраля, к ХСС идет группа тех же провокаторов. Среди них и сожитель одной из участниц. Он в храм проносит гитару. Группу сопровождают журналисты разных изданий, в т. ч. и зарубежных. Их заранее предупредили об акции и они соучастники этого шабаша («Провокаторы»); На концерте в Санкт-Петербурге американская певица Луиза Чиконне под прозвищем Мадонна устроила акт гражданского неповиновения. Она несмотря на запрет, на региональный запрет пропаганды гомосексуализма и педерастии, все-таки раздала на концерте своим фанатам такие вот оранжевые, розовые браслетики, которые символизируют поддержку извращенцев («Провокаторы-2»).

В первом фрагменте конструируется образ врагов-журналистов. Негативная оценка появляется за счет использования оценочной лексики: *соучастники* — *люди, участвующие вместе с кем-нибудь в совершении чего-нибудь (обычно неблагоприятного)* [11, 751]; *шабаш* — *сборище ведьм* [Там же, 890]. В круг врагов попадает и известная американская певица Мадонна, для дискредитации которой используется целый набор тактик. В их числе весьма незамысловатая — негативная характеристика через приписывание субъекту ненормативных действий: *противоправных (устроила акт гражданского неповиновения)* и *аморальных (поддержка извращенцев)*. Обратим внимание на то, что гомосексуалисты названы извращенцами, что нехарактерно для журналистского дискурса, тяготеющего к толерантности. Предположим, что интолерантность здесь является следствием религиозной ориентации журналиста: общеизвестно, что гомосексуализм получает негативную оценку в христианских священных текстах. Этим же, вероятно, объясняется и тавтология *гомосексуализм и педерастия*: говорящий как будто существует в двух речевых реальностях, дублируя один и тот же смысл на светском и религиозном языке. Другая тактика дискредитации Мадонны — указание на то, что американская певица выступает под творческим псевдонимом, который журналист пренебрежительно называет прозвищем. Словарное определение этого слова не содержит оценочных сем или коннотаций: *название, даваемое человеку по какой-н. характерной его черте, свойству* [11, 610]. Однако иллюстративный материал все же выявляет некоторую негативную оценочность: *Обидное п. Человек по прозвищу Чужак* [Там же].

Некоторые высказывания ведущего позволяют еще более расширить круг врагов:

Вот мы видели сейчас людей, которые нападают, богохульников, которые отрицают божественное в этой жизни («Провокаторы»).

Выделенный фрагмент можно интерпретировать следующим образом: богохульник — тот, кто отрицает божественное в этой жизни. Всякий атеист, таким образом, потенциально включается в круг врагов и становится адресатом речевой агрессии ведущего.

Отметим, что противоположная сторона информационного противостояния была представлена не столько группой Pussy Riot или ее сторонниками, сколько противниками несправедливого, чрезмерного или политически мотивированного (как им представлялось) наказания участниц акции:

Многие ведь не понимают, что не религия виновата. И религия, где прощены были грехи Марии Египетской и разбойника-убийцы на Голгофе, никогда не потребует семилетний срок для молодых мам за их глупость и провокацию.

Так и церковные иерархи, если они хотят показать пример христианского благочестия, наверное, должны простить этих девиц. Бог накажет, если они заслужили наказания. На мой взгляд, это достойная позиция.

Другое дело — реакция светских властей. Угрожать семилетним сроком за действия, которые можно наказать 15 сутками ареста,— такая же общественная провокация, как и то, что совершили эти барышни (Аленова О. *Скандальные девочки // Огонек. 2012. 12 марта*).

PR (Pussy Riot. — Е. К.) безусловно судили за разоблачение только начавшего крепнуть союза Путина с новой квазигосударственной идеологической и, как оказалось, карательной организацией — РПЦ. Союзу, спекулирующего на «святом», «вековом», «историческом», «национальном» ради создания прочного и выведенного из-под критики «сакрального» фундамента для самодержавия, придания монархического облика главарю гангстерской шайки. Pussy Riot ударили в самую точку, вскрыли гнойник. Обеспечили оптику для того, чтобы пороки сегодняшней власти и сливающейся с ней РПЦ проявились с такой ослепляющей резкостью (Чепарухин А. *«Пол Маккартни ответил через час» // Новая газета. 2012. 17 сент.*).

Таким образом, государственная пропаганда участвовала в создании образа врага, ядром которого стала группа Pussy Riot, что привело к разделению общества на сторонников официальной идеологической линии и ее противников. Позиции обеих групп были представлены в СМИ.

3. Скандальный опрос о блокаде Ленинграда, проведенный телеканалом «Дождь». 26 января 2014 г. ведущие программы «Дилетанты» запустили интерактивное голосование на тему «Нужно ли было сдать Ленинград, чтобы сберечь сотни тысяч жизней?». Этот вопрос спровоцировал резкую реакцию, особенно со стороны официальных и официозных СМИ [3]. Проиллюстрируем ее фрагментом из передачи «Вести недели»:

И вот в дни, когда в нынешнем Петербурге праздновали освобождение города и победу, наш отечественный телеканал «Дождь» решил подвиг обесценить — мол, Ленинград нужно было сдать, чтобы сберечь сотни тысяч жизней. По крайней мере, таков был основной посыл программы «Дилетанты» про блокаду Ленинграда. <...> Если вопрос содержит некое допущение за гранью принятой моральной нормы, то он аморален. В случае с блокадой Ленинграда допущение сдачи города, а уж тем более

позиция, что Ленинград нужно было сдать, — это аморальное обесценивание, десакрализация подвига миллионов наших людей. Точно аморально (Киселев Д. *Вести недели* // ТК «Россия-1». 2014. 2 февр.).

Дмитрий Киселев утверждает, что действия телеканала «Дождь» обесценили *подвиг миллионов погибших людей*. Для того чтобы усилить критический заряд своих высказываний, говорящий указывает на преднамеренный характер действий телеканала: для этого используется глагол *решить* в значении *обдумав, прийти к какому-н. выводу, к необходимости каких-н. действий* [11, 679]. Данные преднамеренные действия оцениваются как *аморальные*, т. е. *противоречащие морали, безнравственные* [Там же, 23]. Интересно, что ведущий не стремится эксплицировать свою логику и продемонстрировать связь между действиями телеканала и своими выводами. Вместо этого подчеркивается сакральный статус объекта, к которому критически подошли журналисты «Дождя». В результате формируется вполне определенная установка: нельзя критически подходить к сакральному, в том числе к блокаде Ленинграда и — шире — к истории Великой Отечественной войны. Нарушители этого табу включаются в число врагов.

Чтобы закрепить негативный статус телеканала «Дождь», политики и журналисты вписывают его в ряд традиционных для российского общества врагов, связанных с такими одиозными идеологемами, как *нацизм* и *фашизм*:

«К сожалению, в современном мире предпринимаются попытки реабилитации **нацизма**. Они выглядят одинаково уродливо: будь то парады **бандеровцев**, или снос памятников войны, или лукавые, фальшивые, циничные опросы. И всегда за этими действиями стоит одно и то же — оправдание преступлений **нацистов** и осквернение исторической памяти», — заявила депутат (Ирина Яровая. — Е. К.) (*В Госдуме резко раскритиковали опрос «Дождя» о блокаде Ленинграда* // Интерфакс. 2014. 27 янв.).

Ирина Яровая приравнивает опрос «Дождя» к парадам бандеровцев и сносу памятников войны. Все это связывается с идеологией нацизма. Кроме одиозных идеологем (*нацизм, бандеровцы, нацисты*), активно используется другая лексика с отрицательной оценкой: *уродливо — ненормально, нелепо до безобразия* [11, 838], *лукавый — коварный, хитрый* [Там же, 334], *фальшивый — неискренний, лицемерный* [Там же, 848], *циничный — полный цинизма, бесстыдный* [Там же, 875], *преступление — общественно опасное действие, нарушающее закон и подлежащее уголовной ответственности* [Там же, 585], *осквернение, от осквернить — опозорить, подвергнуть поруганию, унижению, запятнать чем-н.* [Там же, 462].

Подчеркивается и либеральная ориентация телеканала «Дождь», что позволяет связать либеральную идеологию с нацистской и фашистской, а также расширить круг врагов, включив в него всех приверженцев либерализма:

К годовщине освобождения Ленинграда от блокады на телеканале «Дождь» зрителям задали вопрос: «Нужно ли было сдать Ленинград, чтобы сберечь сотни тысяч жизней?» Я много раз писал о людях, страдающих редким, но заразным заболеванием: «острый **либерализм** мозга», то есть мыслящих неконструктивно, имеющих иную парадигму сознания (*Стешин Д. Либеральные СМИ продолжают тестировать Россию*

на склероз // Комсомольская правда. 2014. 27 янв.); Когда началось возмущение (а оно началось быстро), следы святотатства абортивным скребком выскребли с **либерально-го** сайта. Но записи в Интернете остались. ЭТО шло в эфире (*Скойбеда У. Блокада Ленинграда и рамки дозволенного // Там же*).

Кампания по дискредитации телеканала в СМИ вызвала и ответную реакцию. Причем противная сторона не подвергала сомнению подвиг жителей блокадного Ленинграда, не призывала к реабилитации нацизма и, более того, часто выражала негативное отношение к скандальному опросу. Рассмотрим несколько примеров противостояния:

Господин Президент, «Дождь» — это самый молодой творческий коллектив в мире, работающий в телевизионном пространстве. Что бы ни говорили вокруг — это наше национальное достояние, абсолютное исключение из всех правил. Я удивляюсь, как такой коллектив вообще мог возникнуть? И это в стране, где нет национального федерального вещания, полноценного профессионального сообщества, где существует только московское телевидение, московская политика и культура. Где «Дождь» нашел этих молодых, грамотных, красивых, смелых людей? С какой они планеты?

Сразу видно — не пороты.

Молодые. Так и ошибаются, как молодые должны ошибаться...

А в чем ошибки, в том, что задают вопросы, которые именно это поколение и может задавать? (*Открытое письмо режиссера Александра Сокурова Владимиру Путину. 10.02.2014 г. Цит. по: Эхо Москвы. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/echomsk/1256010-echo/>*).

Автор открытого письма известный режиссер Александр Сокуров признает ошибку сотрудников телеканала «Дождь», однако показывает нормативность этой ошибки: *Так и ошибаются, как молодые должны ошибаться...* Из полного текста открытого письма ясно, что его автор выступает против гонений на телеканал и, в частности, против его отключения от кабельных и спутниковых сетей.

Впрочем, в оппозиционных СМИ можно встретить и более резкие высказывания по поводу скандального опроса и реакции на него со стороны государственной пропаганды:

Разумеется, когда разномыслие вгоняется в готовые формы, чтобы принять там агрегатное состояние, как говорил Мераб Мамардашвили, «застывшего имперского дерьма», никакие вопросы и сомнения невозможны. Они немедленно в истерическом тоне объявляются осквернением памяти. Хотя осквернение памяти — это как раз неумение и нежелание задавать вопросы. Осквернение памяти — это сокрытие исторической правды, отказ от оценки альтернатив (*Колесников А. Реакция на «блокадный» опрос телеканала «Дождь»: власть развернула «войну памяти» // Новая газета. 2014. 29 янв.*).

Приведенные примеры показывают, что опрос телеканала «Дождь», практически дословно воспроизводящий вопрос из школьного учебника по истории, стал поводом для информационного противостояния, на одной стороне которого выступили средства государственной пропаганды. Они последовательно утверждали сакральный статус мифологемы «Блокада Ленинграда» и выступали с инвективами в адрес врагов — телеканала «Дождь» и его сторон-

ников. Отметим также, что эксплуатация названной мифологемы привела к актуализации советской идеологии и мифологии [подробнее см.: 9].

Выводы

А теперь перейдем к тем самым тревожным тенденциям, о которых, как нам представляется, можно говорить на основе анализа рассмотренных выше медиасобытий.

1. Конструирование образа внутреннего врага. В этом процессе активно участвуют официальные и официозные массмедиа, которые можно рассматривать как средства государственной пропаганды, формирующие официальную идеологию страны. Таким образом, в медиадискурсе России (быть может, впервые на современном этапе) появляется «враг государства», т. е. субъект, закрепленный в качестве врага в официальной идеологии [3]. При этом средства государственной пропаганды находятся под контролем действующей власти. Очевидно, поэтому «враг государства» так или иначе ассоциирован с оппозицией, что проблематизирует свободную конкуренцию в политической сфере и ставит под сомнение саму возможность сменяемости власти.

2. Относительно произвольный выбор врага. Новый «враг государства» является коллективным. Действия любого, в том числе мнимого, члена данного коллектива могут послужить поводом для того, чтобы средства государственной пропаганды начали информационную агрессию и зафиксировали в качестве врага весь коллектив. Причем этот коллектив может быть сколь угодно велик: в него включаются не только сторонники действий, послуживших поводом для агрессии, но также все противники идеологии, проводимой средствами государственной пропаганды. Важно также, что данный коллектив может вообще не участвовать в информационном противостоянии и не совершать реальных действий критического характера в отношении противной стороны. Словом, враг — это тот, кого назначили врагом средства государственной пропаганды независимо от того, существует он или нет, совершал ли он то, что ему приписывают, или нет.

3. Поляризация аудитории и, как следствие, российского общества. Эта тенденция непосредственно связана с конструированием образа внутреннего врага. Если во времена СССР данная дискурсивная практика консолидировала общество, то в современных условиях она приводит к обратному эффекту. Это связано с тем, что внутренний враг в советском обществе был выведен за пределы правового поля, не имел права на поддержку и подлежал полному уничтожению. Такой подход позволял избежать реальной поляризации публичного пространства, так как в нем была представлена лишь одна, государственная точка зрения. С тех пор многое изменилось. Новый «враг государства» не выходит за рамки закона, имеет возможность участвовать в публичной дискуссии, однако, как и любой враг, он избавлен от толерантного отношения со стороны противников [5, 203]. Конструирование такого врага средствами государственной пропаганды приводит к поляризации медиaprостранства и российского общества в целом [6].

4. Сакрализация официальных идеологов и мифологов [1, 7, 12]. Одно из свойств сакрального — это неприкосновенность, а значит, табуированность всякой критики. В результате современный российский медиадискурс сближается с советским тоталитарным [2, 8, 15], так как инаковость выводится за пределы дозволенного с одной лишь разницей: в советском дискурсе она была нелегальной, а в современной России оказывается аморальной в связи с тем, что посягает на сакральные ценности.

5. Разрушение рациональности в медиадискурсе и, как следствие, в сознании аудитории. В отличие от профанного, сакральное непостижимо средствами разума. Следовательно, сакрализация официальной идеологии и мифологии провоцирует вытеснение научного и — шире — основанного на логике подхода к интерпретации реальности из дискурсивных практик массмедиа, что, безусловно, влияет на сознание массовой аудитории, т. е. общества в целом.

В заключение отметим, что в таких условиях особенно важными становятся вопросы коммуникации между сторонниками и противниками официальной идеологии, а также свободного и адекватного представления различных точек зрения в медиапространстве, особенно в СМИ.

1. *Дашковский П. К.* Сакрализация правителей кочевых обществ Южной Сибири и Центральной Азии // Изв. Алт. гос. ун-та. Сер. : История. 2007. № 4/2. С. 46–52.

2. *Ильина О. В.* Представления о богатых и бедных (по данным районных газет Урала и Зауралья) // Советское прошлое и культура настоящего : в 2 т. Екатеринбург, 2009. Т. 2. С. 109–119.

3. *Каблуков Е. В.* «Враг государства»: официальная идеология современной России в зеркале СМИ // Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17–18 апр. 2014 г.). Екатеринбург, 2014. С. 135–138.

4. *Каблуков Е. В.* Институциональный голос журналиста: проблема объективности // Коммуникативно-управленческие стратегии в развитии социальных систем: тенденции, ресурсы, технологии : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15–16 нояб. 2012 г.). Екатеринбург, 2012. Ч. 1. С. 182–188.

5. *Каблуков Е. В.* Политический дискурс современной России: метаморфозы классовой борьбы // Историческая динамика российских нравов: консерватизм vs модернизация : материалы Всерос. науч. конф. с междунар. участием (20 апр. 2012 г.). Екатеринбург, 2012. С. 203–206.

6. *Каблуков Е. В.* Роль медиадискурса в поляризации российского общества // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. : Филология. Искусствоведение. 2013. Вып. 80, № 21 (312). С. 257–263.

7. *Кукьян В. Н., Леонова Л. Л.* Сакральное и профанное в пространстве культуры // Там же. 2011. №. 2. С. 64–68.

8. *Купина Н. А.* Советские идеологические традиции сегодня // Советское прошлое и культура настоящего. Т. 2. С. 186–206.

9. *Купина Н. А.* Тоталитарный язык : словарь и речевые реакции. Екатеринбург ; Пермь, 1995. 144 с.

10. *Майданова Л. М.* Практикум по современному русскому литературному языку. Екатеринбург, 2007.

11. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1999.
12. Рязанов И. В. Сакрализация образа Земли в архангелской картине мира // Вестн. Перм. ун-та. Сер.: Философия. Психология. Социология. 2013. Вып. 2 (14). С. 84–92.
13. Смирелин А. Церковнославянский словарь. М., 2008.
14. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. М., 1935. Т. 1.
15. Чепкина Э. В. Повторение пройденного: дискурсивные практики советской журналистики в современной региональной прессе // Советское прошлое и культура настоящего. Т. 2. С. 8–19.

Статья поступила в редакцию 6.05.2014 г.

УДК 070(470.5) + 070.15 + 316.772.4

Л. Д. Иванова

ПОЗИЦИЯ ЖУРНАЛА «УРАЛЬСКОЕ ГОРНОЕ ОБОЗРЕНИЕ» В ГОДЫ ПЕРВОЙ РУССКОЙ РЕВОЛЮЦИИ

Рассматривается роль корпоративного журнала «Уральское горное обозрение» в отстаивании интересов Урала, а также в урегулировании взаимоотношений между руководителями предприятий и рабочими в 1905–1906 гг. — тяжелый для страны период нарастания социальной напряженности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: корпоративная журналистика; «рабочий вопрос»; социальная проблематика; деловые СМИ; социальный диалог.

Корпоративная журналистика рубежа XIX–XX вв. — самый малоисследованный тип российской прессы, за которой до сих пор закреплено несколько весьма характерных мифов. О самом значимом из них дает представление книга Э. В. Летенкова «“Литературная промышленность” России конца XIX — начала XX века», единственное основательное исследование 1980-х гг., обратившее внимание на очень важный аспект в изучении особенностей российской дореволюционной журналистики — влияние частного капитала на печать. Там выражается явно тенденциозная точка зрения на природу корпоративной прессы: эта печать «призвана была “создать нужное политическое оформление” экономических мероприятий для достижения целей капитализма — получение наивысших прибылей» [12, 41]. Автор прямо заявляет: «...стремление сделать из органов печати “орудия наживы для богачей”, о котором писал В. И. Ленин, полностью извращает не только их объективную социально-политическую суть, но и деформирует их значение даже в его буржуазном понимании, заставляя выражать и отстаивать уже не интересы класса в целом, а лишь интересы той или иной корпорации, которая стоит у руководства отрасли и владеет органом печати» [Там же, 55–56]. Благодаря этому труду в сознании

ИВАНОВА Любовь Дмитриевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры истории журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: ivanovald@mail.ru).

© Иванова Л. Д., 2014

исследователей утвердился еще один миф о дореволюционных корпоративных СМИ — что они избегали социальных вопросов, предназначались для очень узкого круга читателей, а потому не могли иметь широкого общественного значения.

Интерес к корпоративной прессе прошлых веков повысился в конце 90-х гг., когда в связи с переходом к рыночным отношениям активизировалась роль частного предпринимательства и в связи с этим потребовалась качественно новая печать, которая помогла бы новым собственникам выстраивать взаимоотношения не только с властью, но и обществом. Поскольку в советский период не было изданий, ориентируясь на которые, можно было бы выстроить модель делового корпоративного СМИ, отвечающую новым социокультурным запросам, исследователи отечественной журналистики вполне закономерно обратились к практике дореволюционной печати. В связи с характеристикой типологической сущности подобных СМИ упоминались различные группы деловых изданий XIX–XX вв., правда, без основательной их характеристики [3, 4, 10, 13, 14].

Внимание к корпоративным изданиям рубежа XIX–XX вв. было активизировано усилиями кафедры истории журналистики Петербургского университета, которая организовала работу секции «Просвещение — предпринимательство — журналистика» во время проведения ежегодной факультетской конференции в 2000 г. Ученые разных регионов страны обменялись опытом исследования этого аспекта отечественной журналистики [2, 5, 15 и др.].

Выпущенный по результатам обмена мнениями одноименный коллективный сборник стимулировал целый ряд исследований, целью которых было выявление не только особенностей взаимодействия частного предпринимательства и журналистики на рубеже XIX–XX вв., но и характерных черт корпоративных СМИ этого периода [6–9, 16]. Однако и в этих работах характеризовались лишь самые общие тенденции в развитии деловых корпоративных СМИ.

Между тем историческая практика подобных изданий, несомненно, заслуживает внимания — и не только ради того, чтобы получить полную картину состояния журналистики на рубеже XIX–XX вв. или с целью развенчания существующих мифов о природе корпоративной журналистики прошлого. Она позволяет извлечь серьезные исторические уроки. Показательна в этом отношении социокультурная проблематика одного из самых значимых корпоративных изданий, представляющих интересы уральской предпринимательской элиты конца XIX — начала XX в., — журнала «Уральское горное обозрение».

Это СМИ, появившееся на Урале в 1897 г., было органом самой авторитетной и значимой промышленной группировки и субсидировалось Советом съезда горнопромышленников Урала вплоть до закрытия в 1906 г. Первым редактором еженедельника был Николай Павлович Штейнфельд, происходивший из семьи потомственных горных мастеров и инженеров; он не только руководил журналом, но одновременно исполнял и роль секретаря Совета. Первые семь лет журнал издавался в Екатеринбурге, а с конца 1904 г. — в Санкт-

Петербурге, куда редакция переехала вместе с Советом съезда уральских горнопромышленников.

Журнал представлял особый тип издания с ярко выраженными чертами узкоспециализированного делового СМИ (строгий отбор материала определенной тематики, особый — суховатый, насыщенный специфической терминологией, логически выверенный стиль публикаций) и корпоративной составляющей. Ориентированный в первую очередь на специалистов, работающих в горнодобывающей и горнообрабатывающей областях деятельности, и на предпринимателей, имеющих отношение как к производству, так и продаже продукции золотопромышленных, металлургических и других подобных предприятий, он постоянно информировал своих читателей об экономической политике правительства, о новых тенденциях в экономике России в целом, о состоянии отечественной и зарубежной горной промышленности, об изменении внутреннего и внешнего рынков и т. д. «Технический отдел», один из самых значительных по объему, знакомил с новыми подходами в технологическом процессе, с технологиями, которые способны обеспечить безопасность на производстве или увеличить срок службы станков и прокатных станов. Явно корпоративный по своему характеру отдел «Деятельность съездов» подробно освещал те мероприятия, которые предпринимались Советом съездов уральских горнопромышленников для решения серьезных экономических и социальных проблем, требующих мобилизации общих усилий — и предпринимателей, и членов правительства, и даже общества в целом.

Одной из главных целей деятельности журнала «Уральское горное обозрение» была защита интересов Уральского региона. Сам переезд сотрудников редакции в столицу объяснялся их желанием «быть услышанными», добиться большего эффекта, усилив давление на правительство. Редакция брала на себя роль транслятора нужд важнейшего в экономическом отношении территориального образования, делая несколько очень важных акцентов: 1) понятия «периферия» и «центр» никогда не противопоставлялись, что иногда позволяет себе современная журналистика, а подавались в неразрывной связке, как части общего целого под названием «Россия», которые самой судьбой обречены на сотрудничество; 2) власть выступала как необходимая сила, способная реально помочь в решении серьезных вопросов — как специфических для «Уральской области», так и важных для экономики всей страны (изменение устаревшего законодательства, снижение подоходного налога, и наоборот — повышение таможенных пошлин, чтобы снизить приток западной продукции, стимулируя тем самым отечественную промышленность, и т. д.).

Редакцию очень заботит то, что правительство слабо реагирует на нужды уральского производителя и Уральского региона в целом. Она постоянно напоминает о тех трудностях, которые требуют разрешения «законодательным порядком»: незаконченность наделения землей местного населения, причисленного к заводам; неопределенность положения «посессионных», т. е. работающих посезонно, предприятий и другие вопросы, усиливающие «шаткость положения и хозяйственное неустройство» и угнетающие «всю экономическую жизнь обширного, богатого и промышленного края» (Уральское горное

обозрение. 1905. № 1. С. 3). Она указывает на недостаток железнодорожных веток, которые бы позволили обеспечить необходимое сообщение между отдельными местностями, на высокий уровень бюрократизации в промышленной сфере и на необоснованные претензии органов местного самоуправления.

В 1905 г. редакция не обошла своим вниманием и другие важнейшие темы, связанные с необходимостью повышения экономической эффективности не только уральских предприятий, но и отечественной промышленности в целом в очень трудный для России период продолжающейся Русско-японской войны и обострившихся социальных отношений. Она критикует власть за протекционизм вместо взвешенных решений, несовершенство законодательства, за «отсутствие твердо обеспеченного правового порядка», за бюрократизм управленческого аппарата. Предлагает организовать общество взаимного страхования для выплаты пособий пострадавшим рабочим, создать третейские суды для урегулирования взаимоотношений с работниками предприятий (что было особенно важно на фоне обострившихся социальных отношений в ходе первой русской революции!), организовать штат браковщиков или сортировщиков с целью повышения качества выпускаемой продукции; призывает к поиску приемлемых форм взаимодействия между владельцами предприятий и представителями органов местного самоуправления [7, 99].

К чести редакции, она попыталась занять объективную позицию в решении крайне назревшего «рабочего вопроса» — о взаимоотношениях между владельцами предприятий и работниками. Причем она подробно освещала конфликтные ситуации не только на горнопромышленных предприятиях Урала, но и в других регионах страны, тем самым демонстрируя масштаб назревшей проблемы.

Авторы некоторых публикаций винят владельцев предприятий в создавшейся ситуации. «Справедливое распределение платы, своевременная и быстрая выдача денег в расчете и сердечное отношение сделают смешными все попытки наших искариотов поднять русского рабочего на забастовки и беспорядки», — утверждает, например, безымянный автор статьи «Хозяйственные потребности горнозаводской промышленности» (Уральское горное обозрение. 1905. № 5).

Конечно, нельзя не отметить, что автор резко отрицательно относится и к тем способам борьбы, которые использовали рабочие, добиваясь увеличения выплат. «Безнравственный и уродливый способ давления на предпринимателей со стороны рабочих, путем организации забастовок и даже беспорядков, всецело объясняется лишь крайне низким уровнем понимания или нравственного долга и безсовестным (орфография оригинала. — Л. И.) влиянием безнравственных элементов общества...» Он призывает работников предприятий «дорожить общим интересом более, чем личным, смотреть на завод как на кормильца, по силе своего разума содействуя его развитию и укреплению», трудом, а не забастовками добиваться «лучшего вознаграждения» (Там же. С. 2).

Как показывает общий контент материалов, в которых так или иначе затрагивался «рабочий вопрос», авторы издания отнюдь не защищали интересы

только собственников предприятий, они искали такие пути решения, которые удовлетворили бы обе стороны, взывая к благоразумию всех участников конфликта. Редакция указывала следующие шаги для нормализации отношений на предприятиях: участие в разработке законодательства не только промышленников, но и рабочих; обеспечение точного исполнения администрацией предприятий установленных законодательных норм; повышение уровня народного просвещения во всех его видах — и высшего, и среднего и низшей школы. Редакция высказывалась против вмешательства в деятельность промышленных предприятий жандармов, чинов полиции и даже военных, призвала собственников и руководителей предприятий найти возможность снизить рабочий день хотя бы до необходимых 10 часов (рабочие требовали 8-часовой рабочей смены).

С точки зрения редакции, единственный путь урегулирования взаимоотношений между руководителями предприятий и сотрудниками — коллегиальное управление заводами, необходимость согласования интересов всех сторон.

В статье «Нужды фабричного хозяйства», например, прямо ставится вопрос о возможном (в том числе и для рабочих) «долевом участии в прибылях и убытках», а также доказывается необходимость «контроля со стороны общественных сфер», которые должны взять на себя задачу «согласования интересов различных категорий участников» не только внутри предприятия, но и вне его — в контексте интересов всего общества (Уральское горное обозрение. 1905. № 6. С. 8).

Редакция доказывала необходимость использования таких форм общественной деятельности в среде рабочих, которые дали бы работникам предприятий возможность мирной защиты собственных интересов.

Июньский номер «Уральского горного обозрения» открывается «Запиской по рабочему вопросу», в которой обосновывается необходимость организации профессиональных союзов на предприятиях. В публикации, в частности, подчеркивается, что из-за отсутствия подобных организаций «промышленник лишен возможности знать действительные, не зависящие от посторонних давлений настроения и нужды своих рабочих, а рабочие не в состоянии знать действительного положения промышленной отрасли, в которой они участвуют, и даже положения того предприятия, в котором они работают» и, в отличие от западного рабочего, не имеют представления о том, «когда и что требовать». Именно профсоюзы рассматриваются здесь как вариант некой третьей силы, дающей возможность руководителям предприятий «мирно и спокойно договариваться с представителями своих рабочих», а рабочим иметь законных представителей собственных интересов (Уральское горное обозрение. 1905. № 6. С. 3).

Что характерно, редакция не только ясно обозначает свое отношение к подобным организациям на уральских предприятиях, но и публикует в этом же номере «Проект о рабочих товариществах и союзах», отражающий цели, условия членства в подобных организациях, условия и размеры выдачи вознаграждений членам рабочего комитета и т. д. Такая публикация, несомненно, могла оказать реальную помощь в организации профсоюзов на местах.

По мнению редакции, разрешению сложной социальной ситуации на уральских заводах способствовало бы, например, и создание третейских судов — сторонней организации, которая помогала бы в урегулировании производственных конфликтов: «Если предприниматель не выполняет своего долга, то здесь именно и должен зародиться вопрос об его опеке. Промышленность — достоинство государства. Мы не вправе допустить нарушение чьих бы то ни было интересов в пользу других. Повторяем, закон требует согласования всех» (Уральское горное обозрение. 1905. № 5. С. 2).

Вызывает удивление позиция журнала по весьма специфическому для корпоративного СМИ вопросу — об отношении к такой форме отстаивания интересов, как стачка. Редакция вполне определенно, причем неоднократно, высказывает неожиданную для корпоративного СМИ точку зрения: свобода забастовок необходима, организуемые тайно, они приводят к «печальным столкновениям», а используемые гласно, они могут представлять «посреднический орган», благодаря которому находится компромиссное решение.

Что характерно, редакция не только пытается из номера в номер обосновать необходимость законодательного признания стачек и профсоюзов как форм мирной защиты интересов работников, способных удержать рабочих от экстремизма, но и на конкретных примерах показывает, к чему могут привести запреты и карательные акции на тех предприятиях, владельцы которых не желают идти на уступки, не хотят прислушиваться к мнению рабочей массы.

В № 20 от 15 октября 1905 г. была опубликована «Объяснительная записка выборных представителей бакинских рабочих», в которой раскрывались причины, которые вынудили рабочих нефтедобывающей промышленности Юга России защищать свои права с использованием самых серьезных мер воздействия на владельцев — вплоть до организации поджогов нефтяных вышек, которые имели очень серьезные экономические последствия для отрасли в целом. До читателя умело доводится мысль: тяжелое экономическое положение заставило рабочих отстаивать свои права, а нежелание администрации прислушаться к их требованиям послужило поводом для беспорядков.

Эта публикация вполне может восприниматься как своеобразное средство предупреждения, предназначенное для тех промышленников Урала, которые не желают идти на компромисс с работниками.

Подобной цели объективно служит и «Записка совещательной конторы железозаводчиков», предназначенная премьер-министру С. Ю. Витте (Уральское горное обозрение. 1905. № 21). В ней прямо заявляется, что «настроение народных масс в стране является грозным предостережением; что никакими репрессиями не остановить движения, имеющего глубокие корни в народе, с каждым днем дающие все новые и новые ростки».

Здесь горячо приветствуется Манифест 17 октября 1905 г., даровавший долгожданные свободы (слова, собраний, союзов) и заявивший о неприкосновенности личности. Высказываются и просьбы: 1) о полной амнистии — «без всяких оговорок лицам, пострадавшим по политическим делам»; 2) об отмене военного положения и положения об усиленной охране там, где они введены,

поскольку они ведут к народному озлоблению; 3) о возможности участия рабочих «в народном самоуправлении» (имелась в виду Государственная дума).

Подобные публикации явно демонстрируют желание редакции найти выход из тяжелейшей социальной ситуации. Она постоянно призывает и власть, и промышленников как можно скорее принять меры, которые бы помогли мирному разрешению «рабочего вопроса» и позволили вывести страну и Урал «из смутного и тяжелого положения».

Нельзя не отметить, что позицию редакции разделяла и наиболее прогрессивная часть руководителей предприятий, входящих в Союз уральских горнопромышленников. «Верноподданническую записку горнопромышленников Уральской горной области», опубликованную в № 6 от 15 марта 1905 г., в которой излагались многие из указанных выше положений, подписали ведущие специалисты и владельцы предприятий Урала: главноуправляющий Ревдинским горнозаводским имением Петр Фигнер, председатель Главного правления Лысьвенского горного округа Василий Евдокимов, председатель Главного правления Нижнетагильского и Луньевского горного округа Александр Ратьков-Рожнов, распорядитель Торгового дома наследников А. Ф. Поклевского-Козелл — В. Поклевский-Козелл, владелец Сысертских посессионных горных заводов Дмитрий Соломирский (всего 16 фамилий).

Но, как свидетельствуют публикации журнала за 1905—1906 гг., все же далеко не все уральские предприниматели поддерживали те меры выхода из социального кризиса, которые пропагандировал журнал.

С апреля 1905 г. редакция начинает освещать деятельность специально созданной комиссии, которой было поручено обсуждение трех проектов новых законов — по рабочему вопросу (о продолжительности и распределении рабочего дня, об изменении карательных статей закона, касающегося стачек и досрочных расторжений договоров о найме, и об обеспечении рабочих врачебной помощью). С этой целью был создан постоянный отдел «В комиссию Совета по горнопромышленным делам».

Именно материалы этой структурной части убедительно показывают, как трудно было добиться единства среди уральских промышленников, не желающих лишаться части прибыли.

Уже в первом материале, содержащем результаты предварительного опроса предпринимателей, прямо заявлено: «По мнению горнопромышленников, фактическое сокращение рабочего времени при работах, требующих непрерывности, с 12 часов до 8-ми совершенно невысказано в настоящее время и промышленность вынести его не будет в состоянии» (Уральское горное обозрение. 1905. № 7. С. 20). В качестве аргумента использовалась ссылка на зарубежный опыт («Почти нигде нет запрещения производить работу двумя сменами в сутки и нигде нормы не понижены до того размера, как предполагается по новому закону в России»). Приводились и другие доводы: 1) промышленность будет не в состоянии выдержать международной конкуренции и «может прийти к полному упадку»; 2) производительность труда русских рабочих в единицу времени гораздо ниже иностранных; 3) «сравнительно громадное число праздников в России» (около 90, а в «некоторых местах» и более

100); 4) «общеизвестная неаккуратность русских рабочих и последствия этого — масса прогульных дней» (Уральское горное обозрение. 1905. № 7. С. 20).

Однозначно положительно отреагировали уральские промышленники лишь на инициативу организации необходимой врачебной помощи работникам (и редакция последовательно освещала опыт некоторых предприятий в решении этого вопроса).

Во время избирательной кампании в 1-ю Государственную думу редакция журнала ставит перед собой вполне определенную задачу — разъяснить, что интересы уральских промышленников «тесно связаны с интересами рабочей массы, стоящей за спиной многих лиц, что интересы эти не стоят в противоречии с интересами России вообще и Уральской области в частности» (Уральское горное обозрение. 1905. № 22. С. 1). Авторы передовых статей убеждают, что только при условии честного исполнения уральскими промышленниками своих обязательств перед работниками можно рассчитывать на достаточное количество предпринимателей в новом представительском органе России.

Редакция обещает постоянно держать своих читателей «в курсе дела», знакомить их с «положением рабочего вопроса вообще и деятельностью рабочих организаций». «При этом, — замечает редактор журнала А. Богдановский во вступительной статье, открывающей № 22 журнала за 1905 г., — неизбежен будет и анализ требований рабочих, а также изучение того, насколько подобные требования и запросы могут быть удовлетворяемы и как подобные вопросы находили себе разрешение в других странах» (Уральское горное обозрение. 1905. № 22. С. 1).

В последнем, декабрьском номере журнала излагаются положения расширенной политической программы, которых должны придерживаться кандидаты в депутаты от Союза уральских горнопромышленников. Помимо общих требований свободы слова, собраний, союзов и стачек, предусматривается целая система мер, которые направлены на удовлетворение интересов рабочих: сокращение рабочего времени до 8 часов в тех случаях, когда это возможно по условиям производства, охрана труда женщин и детей, государственное страхование рабочих от болезней, несчастных случаев и профессиональных заболеваний; устройство при всех заводах, фабриках и других предприятиях, где работают женщины, яслей для грудных и малолетних детей; воспрещение выдачи заработной платы товарами и содействие устройству потребительских товариществ и лавок, содействие улучшению жилищных условий рабочих и организация для них медицинской помощи, рабочих клубов и библиотек; учреждение биржи труда и др. В программу включается также большое количество просветительских и благотворительных мероприятий.

Это была социально значимая программа, которая должна была, как отмечает сама редакция, способствовать установлению «той нравственной связи» между владельцами предприятий и рабочими, «которая является залогом удачной совместной работы» (Уральское горное обозрение. 1905. № 23. С. 1).

Как видим, в очень сложное время нагнетания социального напряжения в обществе, когда правые издания черносотенного характера, публикуя провокационные материалы, играли весьма негативную роль в подогревании наци-

ональной вражды, пытаясь указать иного, нежели правительство, виновника тяжелого экономического положения России, а издания левых партий подливали масла в огонь межсоциальных разногласий, «Уральского горное обозрение» заняло позицию социального примирителя, пытающегося отражать интересы общества в целом — без деления на социальные группы и национальности. Журнал проявил себя как качественное аналитическое издание, для которого характерно, в первую очередь, выяснение причин, оснований, мотивов, намерений, интересов и действий различных социальных сил, тех или иных событий, а также выявление условий для благоприятного развития ситуации в стране.

К сожалению, усилия редакции были напрасны. Слишком разнородным по социальному составу и по идейной позиции был состав предпринимателей, входящих в состав Союза уральских горнопромышленников. Далеко не все из них осознавали необходимость серьезных уступок рабочим, а для большинства более мелких производителей даже потеря небольшой прибыли в условиях экономической нестабильности периода первой русской революции была губительной. Как отмечалось в самом издании, не способствовали установлению благоприятных взаимоотношений между владельцами предприятий и рабочими увлеченность трудовых масс марксизмом и усилившаяся агитация левых партий при явной неопытности предпринимателей в пропагандистской работе. Борьба с капиталом была объявлена как одна из важнейших задач все более осознающего свою силу рабочего движения, которому ни властям, ни промышленникам нечего было противопоставить. Момент был упущен. И мало что могли изменить призывы редакции к установлению диалога между враждующими социальными слоями, к спокойному, «без желчи и злобы», обсуждению сложившегося положения. Не помогали и довольно сильные аргументы, с помощью которых журналисты этого издания пытались вызвать к общественному мнению: что «погубленную промышленность» не так-то легко восстановить, что «революция, при самых лучших результатах, не дает осуществления социалистического строя», что единственное средство улучшения действительности — это длительный путь эволюционного социокультурного развития. Более того, именно демократическая позиция редакции, скорее всего, и стала причиной закрытия издания в конце 1906 г. В № 24 от 15 декабря появилось объявление «От редакции», в котором говорилось: «До рассмотрения вопроса о дальнейшем издании журнала “Уральское горное обозрение” на XIV съезде горнопромышленников Уральской горной области, выход журнала приостанавливается». К сожалению, в 1907 г. издание журнала так и не возобновилось...

1. *Боханов А. Н.* Буржуазная пресса России и крупный капитал. Конец XIX в. — 1914. М., 1984.

2. *Громова Л. П.* Становление «Журнального промышленника» // Журналистика. — Предпринимательство. — Просвещение : сб. ст. / под ред. Г. В. Жиркова. СПб., 2001. С. 63–80.

3. *Есин Б. И.* История деловой прессы России. 1702–1917. М., 2005.

4. *Еременко А. В.* Деловая пресса в России: история, типология, моделирование изданий : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2006.
5. *Жирков Г. В.* Журналистика и капитал: эволюция взаимодействия // Журналистика. — Предпринимательство. — Просвещение. С. 6–32.
6. *Иванова Л. Д.* Частная журналистика и капитал. Деловая пресса России конца XIX–начала XX в. // Русская дореволюционная печать (1890-е гг. –1917): основные тенденции развития : конспект лекций. Екатеринбург, 2008. С. 16–27.
7. *Иванова Л. Д.* Проблематика журнала «Уральское горное обозрение». 1905–1906 // Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ = Intercultural Communication in the Modern World: the Role of the Mass Media : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17–18 апр. 2014 г. / сост. и науч. ред. Д. Л. Стровский, О. В. Ильина. Екатеринбург, 2014.
8. *Иванова Л. Д.* Типологические особенности деловых корпоративных СМИ рубежа XIX–XX вв. // Вопросы истории и теории журналистики : межвуз. сб. / ред.-сост. Л. Д. Иванова. Екатеринбург, 2013. С. 62–70.
9. *Ковалева М. М.* Основные этапы развития и методы исследования корпоративной прессы // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития : сб. ст. и интервью / сост. Ю. В. Чемякин ; под науч. ред. М. М. Ковалевой. Екатеринбург, 2006. С. 17–22.
10. *Кулев В. С.* Деловая пресса России. М., 1996.
11. *Лаврычев В. Я.* Крупная буржуазия в пореформенной России. 1861–1900. М., 1974.
12. *Летенков Э. В.* «Литературная промышленность» России конца XIX — начала XX века. Л., 1988.
13. *Мельник Г., Виноградова С.* Деловая журналистика. СПб., 2010.
14. *Нургожина Ш.* Исторический опыт и уроки деятельности прессы в процессе формирования экономики [Электронный ресурс]. URL: www.unesco.kz/massmedia/pages/5_2.htm
15. *Сонина Е. С.* Газетное предпринимательство России конца XIX века // Журналистика. — Предпринимательство. — Просвещение. С. 115–130.
16. *Чемякин Ю. В.* Истоки и основные периоды развития российских корпоративных медиа // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 1 (110). С. 78–86.

Статья поступила в редакцию 16.05.2014 г.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА: К РАССМОТРЕНИЮ ПРОБЛЕМЫ

В статье исследуются правовые особенности функционирования Интернета. Особое внимание уделено необходимости четкого правового регулирования передаваемой в Сети информации, которая служит основанием для публикаций СМИ. Автор анализирует выдвинутые в 2000-х гг. международные инициативы по созданию системы юридического регулирования Интернета и причины низкой эффективности мер, принятых в этом направлении. В данном контексте предлагается в качестве дискуссионной проблема дальнейшей перспективы Интернета как источника ответственной информации.

Ключевые слова: СМИ; Интернет; киберугроза; пропаганда; информационная безопасность; информационная агрессия; экстремизм.

Развитие Интернета ставит на повестку дня актуальную проблему: могут ли быть границы свободы слова в виртуальном пространстве? Данная проблема до сих пор не получила четкого обоснования в международной юридической практике, что делает сложным однозначную трактовку различных ситуаций применительно к виртуальному пространству. Можно ли, например, называть экстремистским интернет-сайт, агрессивно отстаивающий права и свободы различных политических, социальных, этнических и других групп? Или он пользуется законным правом на свободу слова и отстаивает свои права в соответствии с конституциями многих стран? А как быть, скажем, с усилением в том же Интернете позиций религиозных сект, разрешенных в одной стране, но запрещенных в другой? Являются ли ограничения их деятельности законными или, наоборот, препятствуют гарантированному праву на свободу вероисповедания?

Ответить однозначно на сформулированные выше вопросы трудно. Прежде всего, по причине того, что Интернет, как система распространения самой различной информации, сегодня функционирует без должного правового обоснования. Это не только российская данность. По-прежнему затруднительно назвать страну, где бы он стал предметом самостоятельного и детального правового регулирования [18, 40]. Более того, нигде в мире не существует оргструктуры, являющейся единоличным собственником национальной или территориальной сети. Правда, пользователи Интернета априори должны соблюдать правовые акты в области массовой информации, принятые в той или иной стране. Например, в России деятельность в области интернет-СМИ подпадает де-юре под существующий закон о СМИ. Имеющиеся ограничения

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

касаются, например, недопустимости цензуры, злоупотребления свободой массовой информации, прав и обязанностей журналиста и т. д. Вместе с тем отмеченные требования носят общий характер и не имеют своей специфики по отношению к Интернету.

«Половинчатое» право

Неоднократные попытки изменения сложившейся ситуации предпринимались в международном масштабе. Они начались практически с того момента, когда Интернет стал реальным фактором развития современного медиапространства. К примеру, в Окинавской хартии глобального информационного общества, принятой в 2000 г., отмечались «огромные возможности», реализуемые посредством Интернета. На протяжении всего документа транслировалась мысль о важности внедрения в жизнь новых информационных технологий как необходимого стимула развития демократических ценностей, таких как свободный обмен информацией и знаниями, взаимная терпимость и уважение к особенностям других людей [8]. По существу, весь текст хартии был пронизан идеей беспрепятственного движения информации, без каких-либо ограничений этого процесса.

В свою очередь, Совет Европы и ОБСЕ попытались поставить на обсуждение возможность сохранения баланса между свободой слова и ограничениями, налагаемыми на создание и распространение «спорной» информации. Так, в мае 2003 г. была принята Декларация о свободе общения в Интернете (Declaration on Freedom of Communication on the Internet). В документе говорилось уже не только о свободе слова, но и о морально-этических ограничениях на авторское творчество (правда, без уточнения, как конкретно добиться этого). При этом осуждались какие-либо попытки контроля над содержанием Интернета [20]. Предлагаемые приоритеты подкреплялись ссылками на статью 10 о свободе слова и информации (Article 10 on Freedom of Expression and Information) Европейской конвенции по правам человека. Основной смысл этой статьи сводится к неукоснительному соблюдению принципа свободы слова, недопустимости каких-либо ограничений на ее выражение, за исключением потенциальных угроз в отношении этой свободы, таких как возможное возникновение беспорядков, совершение преступлений, угроза здоровью и общепринятой морали, разглашение конфиденциальной информации и т. д. В соответствии с этим в упомянутой выше декларации отмечалось, что «меры по контролю сообщений в сети Интернет, независимо от государственных границ, должны оставаться исключением» [4]. Однако в самой постановке вопроса о приоритете информационной свободы нивелировалось понятие ответственности создателей интернет-сообщений за их распространение.

Вероятно, осознавая «лакуны» правового регулирования Интернета, представители международного сообщества в дальнейшем пытались внести ясность в этот вопрос. В 2004 г. в Амстердаме (Нидерланды) проходила очередная конференция ОБСЕ, на которой вновь обсуждалось, следует ли сохранять

в неизменном виде принцип свободного доступа к интернет-информации. Признавалась, в частности, невозможность повлиять на этот процесс, за исключением запретительных мер. Вопрос о разработке отдельного законодательства в сфере Интернета между тем так и остался открытым [16].

В свою очередь, в ходе собравшейся в 2005 г. в Варшаве (Польша) конференции Совета Европы было заявлено о необходимости «уточнения содержания» Конвенции по предотвращению терроризма (The Convention on the Prevention of Terrorism), принятой ранее этой же организацией. В имеющемся тексте конвенции ничего не говорилось о роли Интернета как источника возникновения террористических угроз, и поэтому предлагалось обратить внимание на решение данного вопроса. Отмечалось, в частности, что пропаганда терроризма посредством Интернета ставит целью «серьезно запугать» население и поэтому должна пресекаться [15]. Однако механизм этого пресечения выработан не был. Также оставалось непроясненным, можно ли считать инициаторов распространения опасной информации пособниками терроризму, поскольку отмеченная выше конвенция делала различие между теми, кто *совершает* террористический акт, и теми, кто *сообщает* о нем.

Не внесла большей конкретики в решение вопроса о правовых основах Интернета и международная конференция в Страсбурге (2007), проходившая под эгидой Совета Европы. Ее цель состояла в том, чтобы посредством сотрудничества разных стран снизить вероятность преступных деяний в интернет-сети. Речь шла, в частности, о недопустимости распространения в Мировой паутине идей расизма и ксенофобии. По этому поводу были составлены даже проекты специальных протоколов, которые впоследствии подписали страны — члены Совета Европы [17].

Однако ситуация и после этого, по существу, осталась без изменений: интернет-пространство по-прежнему продолжало порождать большое количество «спорных» текстов. Отдельные страны (Китай, Бирма, Саудовская Аравия, Египет, Иран, Северная Корея и ряд других) посчитали, что подобная ситуация представляет собой угрозу их безопасности, и ввели ограничения на распространение интернет-информации. Большое число сайтов попало под закрытие, что еще в 2006 г. предопределило статус этих стран как «врагов Интернета» (по мнению влиятельной международной общественной организации «Репортеры без границ»). По итогам 2012 г. «Репортеры без границ» назвали 12 таких стран. Помимо тех, что указаны выше (за исключением Египта), в их числе оказались также Беларусь, Бахрейн, Вьетнам, Сирия, Узбекистан и Туркменистан [3]. Примечательно, что с 2007 г. в отчетах этой организации имеется раздел «Страны под наблюдением», в котором в 2012 г. значились 13 стран, включая не только «традиционно ненадежные» Россию, Казахстан, Тунис, Эритрею, но и Францию, Южную Корею, Австралию и Индию [3].

В свою очередь, по данным OpenNet, еще одной общественной организации, проводящей мониторинг СМИ, в 2009 г. 25 стран из сорока были замечены в контроле над онлайн-информацией. В последние годы этот процесс только усиливается. К примеру, с июля по октябрь 2011 г. Австралия заблокировала

доступ к более чем 500 веб-сайтам. На программу по реализации мер, ограничивающих доступ населения к «нежелательной» информации, это государство выделило 9,8 млн долл. США. Схожие меры использует и Канада. Уже почти два десятилетия там не прекращаются дебаты, касающиеся мер, предусмотренных разделом 13-го акта о правах человека. Данный документ многими гражданами этой страны рассматривается как инструмент цензуры, ограничивающий их права на свободу слова [13].

Можно осуждать все эти попытки создания ограничений в интернет-пространстве, считая их недемократическими. Вместе с тем при отсутствии четких правовых критериев регулирования онлайн-сферы эти усилия остаются для властных структур современных стран единственной возможностью защитить свою информационную безопасность — в том виде, как они это понимают.

Российские законодательные инициативы: сложности формирования

Контроль над регулированием Интернета остается сложным главным образом потому, что, в отличие от обычных СМИ, онлайн-пространство не подчиняется какому-либо контролирующему органу и не имеет территориальной «прописки». Интернет, как уже отмечалось, не имеет единого организационного начала и не создан как международная организация. У него также нет обособленного имущества, так как используемые в нем материальные и информационные ресурсы принадлежат на праве собственности самым разным субъектам. На этом фоне возникает очевидное противоречие: с одной стороны, Всемирная сеть по-прежнему остается «ничейной», а с другой — является объектом постоянной критики со стороны как отдельных стран, правительств, так и политических, общественных групп.

«Бесхозность» Интернета и стремительное развитие информационных технологий создают благоприятную почву для развития международной конфликтности и — в качестве ее проявления — информационного экстремизма.

Беспроводная компьютерная связь с внешним миром (WiFi) резко повысила активность транслирования интернет-провокаций, создав дополнительные возможности для террористических выпадов [19]. То, что технология ведения агрессивных действий посредством Интернета успешно развивается, подтвердили теракты, имевшие место за последние два десятилетия в Мадриде, Лондоне, Нью-Йорке, Стамбуле, Москве, индийском Мумбаи и других крупных городах мира. Информация о подготовке и проведении взрывов в ряде случаев была взята из Интернета. При этом наличие все того же WiFi зачастую не позволяет установить местонахождение главного источника угрозы. Аналогичная ситуация отмечалась и в ходе развития Арабской весны: онлайн-сфера сыграла существенную роль в активизации населения и распространении уличных беспорядков. В последние годы появился даже новый термин — «электронный джихад», или «кибертерроризм» [11].

Все сказанное выше является актуальным и для России. Активное развитие компьютерных технологий вкупе с усилением социокультурных, межна-

циональных, религиозных и других современных вызовов приводит к тому, что у нас, как и во всем мире, возрастает опасность усиления информационной агрессии в Интернете. Сегодня озвучиваются самые разные предложения о том, как остановить эту агрессию. По мнению О. А. Матвейчева, советника Управления Президента РФ по внутренней политике, сложившаяся ситуация диктует необходимость принятия специального закона, запрещающего освещение терактов в СМИ и Интернете [2]. Правда, О. А. Матвейчев не уточнил, как добиться искомого результата, с учетом того, что информационный процесс давно перешагнул территориальные границы, и любой очевидец события имеет возможность оперативно зафиксировать происходящее.

Следует признать, что внимание российской власти к этому вопросу обозначилось не сегодня.

Еще в конце 1990-х гг. Госдума РФ приняла *Концепцию российского законодательства в области Интернета*, сформированную на основе Конституции и Гражданского кодекса РФ, а также ряда существовавших на тот момент времени федеральных законов, связанных с распространением информации. В концепции отмечалась необходимость выполнения следующих задач: 1) разработки новых законодательных и иных нормативных актов, учитывающих специфику функционирования Всемирной сети; 2) изменения существующей законодательной базы с целью ее адаптации к существующим правоотношениям; 3) создания (или разъяснения) механизмов прямого использования действующих законодательных актов применительно к Интернету. При этом говорилось о том, что проблемы, связанные с Интернетом, должны решаться без использования методов государственно-правового регулирования и только на уровне организационного взаимодействия участников интернет-сообщества. Это объяснялось тем, что «действующее в Российской Федерации право, в том числе уголовное, содержит достаточные правовые гарантии для обеспечения информационной безопасности пользователей и операторов Интернета» [9].

Провозглашенный принцип невмешательства российского государства в виртуальное информационное пространство был обусловлен отсутствием на тот момент киберугроз. Они стали явью уже в последующие годы. Это привело к восприятию Интернета как информационного источника, создающего реальную опасность для государственной системы.

Так, в сентябре 2004 г. председатель комитета по законодательству Госдумы РФ П. Крашенинников публично заявил о необходимости рассматривать пропаганду экстремизма как основу для уголовного преследования [1]. Из этого косвенно следовало, что только органы власти вправе выносить заключение относительно того, провоцирует ли данный информационный источник экстремистские настроения или нет. Однако П. В. Крашенинников не уточнил, могут ли интернет-сайты быть причислены к источникам пропаганды. Тогда же заместитель министра по информационным технологиям и коммуникациям Д. А. Милованцев пояснил, что источники онлайн-информации не могут быть приравнены к традиционным СМИ [6]. Вместе с тем он также не дал ответа на вопрос, как с точки зрения действующего законодательства следует их воспринимать.

Правовое регулирования интернет-сайтов осложняется не только тем, что выдвигаемые меры вступают в противоречие с правами личности на свободу слова. По-прежнему остается непонятным, по каким именно критериям определять провокационность интернет-сообщений. На встрече в Париже представителей ОБСЕ и России в 2004 г. заместитель начальника Управления по защите конституционной системы и борьбе с терроризмом ФСБ России В. В. Остроухов предложил разделить все сайты на четыре группы:

- 1) сайты, открыто поддерживающие идеи экстремизма, сепаратизма и терроризма (как основы радикальных идей ислама);
- 2) сайты, распространяющие религиозные доктрины и идеи сект;
- 3) сайты, продвигающие ксенофобию на основе определенной расовой или национальной принадлежности (националистического и антисемитского свойства);
- 4) сайты, стимулирующие незаконные действия (например, дающие информацию о том, как в домашних условиях производить взрывчатые вещества и яды) [21].

Можно предположить, что помимо классификации сайтов российская сторона должна была предложить контрмеры по их нейтрализации. Однако этого не прозвучало ни тогда, ни на Всемирном конгрессе в Тунисе (2005), на котором вновь обсуждались вопросы координации международных усилий в сфере Интернета.

Сегодня, спустя девять лет, российские законодатели, по существу, не продвинулись в решении этого вопроса. Как не продвинулись они и в отношении обеспечения законодательного статуса интернет-сферы. Правда, в постановлении пленума Верховного суда РФ «О практике применения судами закона РФ “О средствах массовой информации”», принятом в июне 2010 г., уточнялись отдельные положения по поводу интернет-деятельности. В документе, в частности, указывалось, что в выходных данных любого интернет-сайта должны значиться зарегистрировавший его орган и регистрационный номер (за их отсутствие теперь может последовать правовая ответственность). Было отмечено также, что на Интернет распространяются российские правила размещения рекламы (в соответствии с Федеральным законом «О рекламе»). Оговаривалось, что интернет-сообщения подпадают под юридические положения о злоупотреблении информацией и могут быть удалены с сайтов по решению суда [12]. Однако в рамках предложенных разъяснений вопросы классификации и содержания онлайн-информации не поднимались, что, по существу, оставило проблемное поле Интернета без изменений.

За последующие годы вопросы, связанные с определением качества этой информации, так и не получили своего развития. Правда, в ноябре 2013 г. депутаты от партии «Единая Россия» выступили в Госдуме с инициативой приравнять популярные отечественные блоги к СМИ, но вопрос с самого начала выглядел непроработанным. Куратором разработки проекта был назначен С. В. Железняк. Однако он сразу же опроверг это сообщение [6]. Поставленная же на обсуждение тема также пока не получила своего продолжения. Очевидно, впрочем, что при инициировании этого вопроса депутатами двигало желание поставить под свой контроль интернет-информацию, которая, в от-

личие от традиционной печатной и аудиовизуальной информации, по-прежнему не подконтрольна законодательной власти. Однако как эффективно это сделать, народные избранники, видимо, пока не знают.

В сфере правового обеспечения интернет-деятельности применительно к России на данный момент следует обозначить несколько наиболее острых проблем, требующих оперативного решения. *Во-первых*, необходима регистрация доменных имен. Это может быть обеспечено за счет внесения закона о товарных знаках (закон в какой-то мере будет препятствовать воровству этих знаков и другой интеллектуальной собственности субъектов). *Во-вторых*, требует пересмотра ряд положений российского Закона «Об информации, информатизации и защите информации», особенно в части защиты персональных данных и иной личной информации, присутствующей в Интернете. *В-третьих*, в серьезном уточнении нуждаются положения Доктрины информационной безопасности, принятой еще в 2000 г. и действующей по сей день, в частности формулировки о соотношении прав государства, общества и личности, которые по-прежнему носят размытый характер и даже противоречат друг другу. Все это в конечном итоге будет способствовать созданию большей безопасности информационной сферы.

Есть и другие немаловажные вопросы, влияющие на юридические аспекты функционирования Интернета и правовую защищенность граждан. Так, не определены надлежащим образом основные категории правовой базы Интернета, в частности понятия «интернет-споры», «киберопасность», «кибербезопасность». Не установлен, кроме того, круг участников процесса управления Интернетом и их функции при распространении информации через информационно-коммуникационные сети. Не определены правила установления места и времени совершения юридически значимых действий при использовании Интернета [10]. Есть еще одна проблема: отсутствие юридически обоснованной ответственности сервис-провайдеров за содержание размещаемой информации. Решение этой проблемы усугубляется тем, что недостаточно только обнаружить нарушителя в интернет-сети, нужно собрать и закрепить доказательства нарушения и убедить в этом суд, который принимает решение в соответствии с процессуальным доказательством [14].

Названные проблемы и меры их решения не всегда связаны с защитой от терроризма, однако они являются составляющими комплексной безопасности граждан, предотвращающими непредвиденную утечку информации и обеспечивающими гарантии прав граждан на получение сбалансированной, взвешенной информации.

Говоря о пресечении террористических угроз, инициируемых Интернетом, необходимо определиться, что все-таки понимать под этим явлением и каковы содержательные особенности текстов, подтверждающие наличие таких угроз. Не менее важным является определение статусного положения интернет-блога и других «продуктов» интернет-деятельности. В противном случае предупреждения в адрес блогеров и наказания за «необъективную» и иную «порочащую» информацию будут постоянно противоречить существующему законодательству в отношении уже закрепленных прав граждан на свободу

слова и СМИ. Кроме того, под эгидой Президента РФ мог бы существовать общественный совет, который бы взял на себя ответственность за разработку и контроль отдельного закона, *обеспечивающего интернет-права и ответственность граждан* (с учетом большого числа конфликтных ситуаций, возникающих в виртуальном пространстве).

В отсутствие такого закона все действия государства по вмешательству в интернет-пространство выглядят непоследовательными и порождают вопросы об их законности.

К примеру, ФСБ России уже сегодня стремится контролировать интернет-информацию по своему усмотрению. По сообщению газеты «Коммерсант», спецслужбы уже согласовали проект приказа Минкомсвязи РФ, в соответствии с которым к 1 июля 2014 г. все интернет-провайдеры обязаны установить на свои сети оборудование для записи и хранения интернет-трафика на срок не менее 12 часов. При этом спецслужбы получают прямой доступ к таким записям. Под контроль попадут телефонные номера, IP-адреса, имена учетных записей и адреса электронной почты пользователей социальных сетей. Российское правительство также внесло в Госдуму законопроект, предлагающий наделить ФСБ оперативно-розыскными полномочиями в сфере информбезопасности. В документе и пояснительной записке поставлен вопрос об усилении угроз национальным интересам в этой сфере, ввиду того, что «отмечена активизация межгосударственного информационного противоборства, зафиксированы случаи распространения вредоносного софта, используемого в качестве информационного оружия, не исключена возможность использования информационных телекоммуникационных технологий для совершения терактов» [7].

Очевидно, что отмеченные действия, если начать их реализацию на практике, вступают в противоречие с Конституцией РФ, и в частности со статьей 23, определяющей право каждого на тайну переписки, телефонных разговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений и допускающей ограничение этого права только на основании судебного решения. Одновременно будут нарушены и законы более низкого уровня, в числе которых Федеральный закон «О защите персональных данных», также зафиксировавший недопустимость распространения этой информации до решения суда.

Вместо заключения

Вопросы правовой классификации интернет-информации и контроля над ней по-прежнему остаются нерешенными во всем мире. Многочисленные обсуждения специфики функционирования онлайн-сферы, инициированные Советом Европы и другими международными организациями, не привели к решению главной проблемы — определения юридической природы Интернета. Является ли он, например, субъектом международного права? Если да, то какой нормативной базой следует руководствоваться в этом случае?

Нерешенность этих и многих других вопросов применительно к международному сообществу объясняется культурными и политическими традициями различных стран и народов, их разными представлениями о свободе ин-

формации, правовой и моральной ответственности за ее распространение и т. д. Все это порождает сложности формирования единых представлений о качестве и достоверности интернет-сообщений. Отсутствие нормативно-юридического регулирования онлайн-пространства влечет за собой сложности в соблюдении прав как распространителей информации, так и ее потребителей. Это приводит к дальнейшему развитию киберопасности и нарушению прав граждан на получение объективной информации. Россия в данном случае подтверждает наличие всех обозначенных проблем.

1. В УК будут внесены поправки в связи с угрозой терроризма — Глава комитета по законодательству ГД, 27.09.2004 [Электронный ресурс]. URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-274542.html?page=8> (дата обращения: 02.02.2014).

2. Власти предлагают запретить писать в Интернете о терактах, 30.12.2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://hideme.ru/news/vlasti-predlagajut-zapretit-pisat-v-internete-o-teraktah.htm> (дата обращения: 22.05.2014).

3. Враги Интернета-2012, 12.03.2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.xaker.ru/post/58407/> (дата обращения: 24.05.2014).

4. Декларация о свободе общения в Интернете (Страсбург, 28.05.2003, принята Комитетом министров на 840-м заседании заместителей министров) [Электронный ресурс]. URL: http://nkag.org.ua/index.php?plugin=Content&path=Documents/Ur_docum_mejd_dorov/internet_glasn (дата обращения: 21.05.2014).

5. Концепция российского законодательства в области Интернета (О развитии глобальной сети Интернет в России), 1999 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.libertarium.ru/17834> (дата обращения: 03.02.2014).

6. Милованцев: Интернет не должен признаваться как СМИ, 06.10.2004 [Электронный ресурс]. URL: <http://justalittledeal.info/милованцев-интернет-не-должен-призна/> (дата обращения: 02.02.2014).

7. *Новый В., Рожков Р., Черненко Е.* ФСБ хочет получить полный доступ к данным пользователей Интернета, 21.10.2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2324684> (дата обращения: 6.02.2014).

8. Окинавская хартия глобального информационного общества (2000) [Электронный ресурс]. URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/monahov_svoboda/04.aspx (дата обращения: 21.05.2014).

9. Приравнивают ли блоги к СМИ? 04.11.2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://nachaloes.ru/archive/id563.html> (дата обращения: 09.02.2014).

10. *Перчаткина С. А., Черемисинова М. Е. и др.* Социальные интернет-сети: правовые, аспекты [Электронный ресурс]. URL: <http://xwww.center-bereg.ru/734.html> (дата обращения: 24.05.2014).

11. *Полякова Т. А.* Вопросы ответственности за использование информационно-телекоммуникационных систем в террористических и экстремистских целях // Рос. следователь. 2008. № 1. С. 24–27.

12. Постановление пленума Верховного суда Российской Федерации от 15.06.2010, № 16, г. Москва, «О практике применения судами закона РФ “О средствах массовой информации”» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2010/06/18/smi-vs-dok.html> (дата обращения: 27.05.2014).

13. Свобода слова в Интернете, 09.10.2011 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cominformua.com/razdeli/trudova-ukraina/item/287-svoboda-slova-v-internete> (дата обращения: 21.05.2014).

14. *Терещенко Л. К.* Правовые проблемы использования Интернета в России, 1999 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lawmix.ru/comm/7479> (дата обращения: 24.05.2014).

15. Convention on the Prevention of Terrorism, Council of Europe, Warsaw, 16 May, 2005 [Electronic resource]. URL: www.coe.int (accessed: 18.10.2009).
16. Guaranteeing Media Freedom on the Internet, OSCE, 29.11. 2004 [Electronic resource]. URL: www.osce.org/features/show_feature.php?id+230 (accessed: 18.10.2009).
17. International Conference in Strasbourg to Discuss Cybercrime Fight, ITAR-TASS, 11.06.2007 [Electronic resource]. URL: <http://itar-tass.com/eng> (accessed: 18.10.2009).
18. *McQuail D.* McQuail's Mass Communication Theory. 5th ed. L., 2005.
19. Militants Educated in Cyber Training Camps, Stuff, 22.11. 2007 [Electronic resource]. URL: www.stuff.co.nz (accessed: 18.10.2009).
20. New Council of Ministers Response to the Regulatory Challenges Posed by the Internet, Press Service, Council of Europe, 291a (2003) Strasbourg, 31.05.2003 [Electronic resource]. URL: [http://press.coe.eu.int/cp/2003/291a\(2003\)htm](http://press.coe.eu.int/cp/2003/291a(2003)htm) (accessed: 30.11.2009).
21. Security Services Concerned About Terrorism and Xenophobia on Internet, Mosnews, 16.06.2004 [Electronic resource]. URL: www.mosnews.com (accessed: 18.10.2009).

Статья поступила в редакцию 27.05.2014 г.

УДК 070:27-29 + 316.74:27

Л. А. Ткаченко

ТРАНСЛЯЦИЯ ПРАВОСЛАВНОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦЕРКОВНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Статья посвящена проблеме освещения важных церковных и общественных событий в религиозных средствах массовой информации, а также вопросам формирования православной культуры через епархиальные СМИ. На рубеже веков наблюдается кризис духовно-нравственного состояния общества, поэтому для православных СМИ одной из главных задач становится освещение вопросов, связанных с историей Русской православной церкви, традиционной культурой, духовными и нравственными ценностями, современной церковной жизнью. В статье рассматривается важность православной культуры и ее статус в государстве. Также приводится ряд проблем, связанных с трансляцией церковной информации в епархиях Русской православной церкви.

Ключевые слова: церковная журналистика; православные СМИ; медиахолдинг; православная культура; духовно-нравственное воспитание; епархия; Русская православная церковь.

В начале XXI в. наблюдается особое внимание к изучению православной культуры. Это вызвано процессами, произошедшими в России в конце XX в. Активная межкультурная коммуникация стала следствием стремительного экономического развития большинства стран, глобализации в сфере экономики, а также инноваций в науке и технике. Безусловно, все эти процессы отразились и на общественном сознании, привели к пониманию важности много-

ТКАЧЕНКО Лилия Анатольевна — соискатель ученой степени кандидата филологических наук, исполнительный директор медиацентра Новосибирской епархии, редактор газеты «Вестник Новосибирской митрополии», г. Новосибирск (e-mail: iya2003@mail.ru).

© Ткаченко Л. А., 2014

образия местных культур, увеличению интереса к представителям других культур, их нравственным установкам, традициям, языку и т. д. [7].

В настоящее время в общественной жизни происходит смена нравственных и духовных ценностей. Общество теряет национальную идею, молодое поколение пересматривает жизненные цели, утрачиваются нравственные ориентиры, моральные нормы. В связи с этим возросла роль Русской православной церкви в общественно-политической жизни страны. Православие всегда было культуuroобразующей религией в России. Оно оказало решающую роль в формировании и становлении русской культуры.

Православная культура, возраст которой более двух тысяч лет, является нравственной основой всей православной цивилизации, а некоторые фундаментальные, бытийные аспекты православной культуры можно считать ровесниками существующего мира. Понимание родной православной культуры позволяет лучше ориентироваться в национальной культуре, приводит к стремлению ценить, защищать и совершенствовать местные культурные ценности, помогает свести воедино социально-культурное пространство российского народа.

Православие в России является традиционным вероисповеданием, большинство жителей нашей страны заявляют о своей принадлежности к православной религии. Православное вероисповедание отразилось на всех сферах жизни, в первую очередь на культуре и просвещении не только русского народа, но и других национальностей, проживающих на территории Российской Федерации [10].

Важность изучения православной культуры осознается и на государственном уровне. С 2012 г. во всех общеобразовательных школах Российской Федерации введен курс для учащихся четвертых классов «Основы религиозных культур и светской этики». Школьники вместе с родителями могут при желании остановить свой выбор на предмете «Основы православной культуры», который, в свою очередь, является частью обязательного курса «Основы духовно-нравственной культуры народов России» [8].

Святейший Патриарх Московский и Всея Руси Кирилл неоднократно высказывался о недопустимости радикализации межэтнических отношений, тем более цивилизационных и межрегиональных конфликтов. «Русская православная церковь, которая всегда сознавала свою ответственность за судьбу Отечества, придает очень большое значение межрелигиозному диалогу. То есть, проще говоря, установлению добрых, мирных взаимоотношений с представителями других традиционных религий» [1].

Во всех традиционных религиях основанием являются фундаментальные нравственные ценности, зачастую нивелированные современным светским миром. Крайне важно, что представители разных религий, по сути, объединены единой моральной установкой, направленной на совершенствование души человека. Поэтому так необходима консолидация верующих, являющихся единомышленниками по большинству проблем, связанных с морально-нравственным состоянием общества.

Деликатное и уважительное отношение к людям, исповедующим другие религии, всегда отличало православных верующих. Каждый истинно

религиозный христианин ориентируется в первую очередь на евангельские заповеди, любит и принимает ближнего независимо от его вероисповедания. Благодаря такому отношению на огромной территории России всегда мирно сосуществовали представители разных религий. Соотечественники, исповедующие православие, иудаизм, буддизм или ислам, относились друг к другу с должным уважением и пониманием, поэтому в российской истории, к счастью, практически отсутствуют эпизоды религиозных столкновений, конфликтов и войн. Наш опыт межрелигиозных отношений выгодно отличается от западноевропейского, где общество не сумело избежать кровопролитных столкновений и войн на религиозной почве [2].

Конечно, не каждый русский человек ощущает свою принадлежность к православной культуре. Священник Георгий Чистяков отмечал, что современные люди живут мифами и традиционную культуру ассоциируют с временами конца XVIII — начала XIX в., но не с тысячелетней историей православия на Руси. Многие ставят знак равенства между понятиями «традиция» и «православие», но, по мнению Чистякова, это не правильно, так как без традиций русской культуры существование православия возможно и вполне допустимо [11, 56–58].

В современном мире главной задачей социальных институтов, в том числе и СМИ, является поддержание традиций мирного сосуществования и взаимного уважения всех наций и религий. Данные процессы должны идти параллельно с сохранением и защитой единства Русской православной церкви. Важно не допустить разделения Церкви из-за политических или национальных разногласий и оградить нашу веру от антигуманных экстремистских взглядов.

Русская православная церковь одной из главных задач видит трансляцию православной культуры, в том числе через средства массовой информации. Ведь СМИ благодаря однотипности жанровых разновидностей текстов в разных уголках мира можно считать самым верным средством коллективного соглашения [6].

Влияние СМИ на духовно-нравственную жизнь общества рассматривается и учеными. Так, в диссертации Л. Г. Исаевой «Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества» раскрывается особая роль СМИ в становлении в государстве гражданского общества. Современные СМИ образуют социальный институт, который взаимодействует с другими общественными организациями и госструктурами. Также медиа, участвуя в деятельности социальных институтов, отражают запросы аудитории [4, 12]. Значение православной культуры рассмотрено в работе В. В. Аленко «Духовно-нравственные традиции российского общества как доминантный фактор формирования личности».

Православная периодика, радио, телевидение и интернет-издания, объединенные во многих регионах в епархиальные медиахолдинги, в полной мере являются проводниками православной культуры. На страницах печатных СМИ и в эфире ведется обсуждение важных общественно-церковных проблем, при этом православные СМИ призваны отражать точку зрения Церкви. К примеру, в настоящее время православные медиа активно транслируют дискуссии

в рамках Межсоборного присутствия, являясь проводником позиции Церкви, как это было в 1917–1918 гг. в дни работы Предсоборного присутствия и Всецерковного собора [9].

Разумеется, современная структура церковной периодики далека от дореволюционной системы, очень изменились жизнь, сознание людей, выросло не одно поколение атеистов, а самое главное — положение Русской православной церкви сильно отличается от дореволюционного, когда православие было государственной религией. Поэтому активное использование в новых условиях богатого опыта предков уже является большим достижением. Несмотря на то, что Церковь в России не имеет былого государственного статуса, она обладает неоспоримым преимуществом над любыми другими религиозными организациями. Это отражается и на состоянии церковной периодики, она напрямую зависит от положения Церкви в государстве и социуме.

Интерес и особое внимание к деятельности Русской православной церкви наблюдается и в светских СМИ: по-новому оценивается значение православной культуры и влияние Церкви на общественные процессы. Многие светские издания не ограничиваются эпизодическими упоминаниями о церковных событиях, создаются отдельные рубрики, разделы или даже приложения и вкладки, посвященные православной вере и вопросам национальной культуры и традиций [3].

В качестве примера можно привести опыт Кемеровской епархии, где выходит сразу несколько православных приложений к газетам регионального центра и некоторым районным газетам. Это «Золотые купола» — приложение к кемеровской газете «Кузбасс», которое выходит в течение многих лет, газета «Под сенью православия» — приложение к городской газете «Городок» (г. Киселевск) и др. В Новосибирске ведутся переговоры между руководством епархиального медиacentра и редактором областной газеты «Советская Сибирь» о создании еженедельной православной вкладки. В Искитимской епархии Новосибирской митрополии также осуществляется взаимодействие со светскими СМИ: в течение года ежемесячно выходит православное приложение к городской «Искитимской газете» — «Духовное пространство».

Конфессиональная журналистика представляется одним из видов духовной, религиозно-практической деятельности, целью которой является распространение мнений и оценок, касающихся общественно значимых событий и явлений, а также, особенно в последнее время, освещение вопросов христианского вероучения, культуры, истории [5].

По этой причине на пороге XXI в. ведутся дискуссии представителей конфессиональной журналистики, касающиеся поиска необходимых языковых средств, определения содержания изданий, тематики, выбора источников информации. Вся деятельность конфессиональных журналистов базируется на их православном мировоззрении. Только при наличии определенных знаний духовно-нравственного характера можно заниматься освещением церковных проблем и вопросов, обращаться к религиозной тематике.

Церковь считает православную журналистику проводником, передающим богословские знания, христианские наставления заинтересованной аудитории.

Поэтому на представителей религиозной журналистики возлагается большая ответственность, ведь через слово они могут оказывать влияние на сознание читателей. И если журналисты нецерковных СМИ в своих статьях могут свободно приводить несколько противоречивых точек зрения в темах, связанных с религией, то в православных СМИ превалирует единственная позиция — соборное суждение Церкви. В качестве примеров, аргументов и доказательств обычно используются мнения и высказывания святых, ученых-богословов или же представителей церковной иерархии [12].

Православный журналист редко высказывает в материалах личное мнение. Теоретически это, конечно, возможно, однако на деле свобода в суждениях не приветствуется, когда речь идет о христианской тематике. Такие вопросы требуют опоры на богословские, церковные знания и суждения. Именно по этой причине во главу угла ставится традиционная, ортодоксальная точка зрения, только после того, как журналист ее представит, он в некоторых случаях может поделиться собственным мнением.

Для главного редактора всегда важно выйти на массовую аудиторию и заинтересовать большое количество читателей, слушателей или зрителей. Такую же задачу ставят перед собой те, кто трудятся над православными изданиями. В добром слове нуждаются все категории людей, начиная с глубоко верующих и заканчивая атеистами, жители всех стран, неважно — соотечественники они или иностранцы. Кроме привлечения новой аудитории, важной задачей также является слаженность и эффективность внутрицерковной коммуникации.

Церковная периодика существует не ради идеального текста. Главная цель для создателей проектов — донести до читателей, слушателей и зрителей слово Божие, евангельские заповеди, показать, как меняется жизнь, когда в нее приходит истинная вера. Следует отметить, что, к сожалению, далеко не все представители современной православной журналистики стремятся к освещению вопросов и проблем, связанных именно с формированием православной культуры. Религиозному журналисту мало одного умения работы с текстом, необходимо умение размышлять на сложные богословские темы.

Реальность такова, что у современных представителей православных СМИ зачастую не хватает подобных навыков и знаний. Поэтому важные богословские темы, вопросы истории православия, культуры и традиций достаточно редко затрагиваются епархиальными средствами массовой информации. В некоторых епархиальных или приходских газетах мало интересных авторских статей и равнодушных суждений, их место занимают сухие факты и статьи поучительного характера. В региональных религиозных изданиях обычно печатается большое количество статей, посвященных общецерковным темам, поэтому жанровый набор не отличается большим разнообразием и ограничивается статьями и интервью. Темы местного значения раскрываются или в новостных подборках, или же в виде развернутого комментария.

С этим связано возникновение у читателей ощущения пассивности и косности церковной жизни, что на самом деле не соответствует действительности.

Чаще всего в СМИ печатаются постановочные и проблемные статьи, содержащие большое количество актуальных вопросов, которые, к сожалению, не имеют ответов. Поэтому возникает необходимость перепечаток из московских изданий («Журнал Московской патриархии», газеты «Радонеж», «Церковный вестник», «Православная Москва») или с православных интернет-сайтов, таких как pravmir.ru, pravoslavie.ru, bogoslov.ru и др.

Следует отметить, что в настоящее время идет процесс разукрупнения православных епархий и образования новых церковно-административных центров. Так, еще два года назад на территории Новосибирской области располагалась одна епархия — Новосибирская. Сейчас их четыре, и в каждой создаются свои СМИ. Сотрудники таких изданий начинают свою деятельность, не имея должного профессионального образования и опыта работы в СМИ. К новым СМИ в Новосибирской области относятся «Искитимский епархиальный вестник» (г. Искитим), «Наша епархия» (г. Карасук), «Православная Сибирь» (г. Барабинск). Например, в православной газете Карасукской епархии, состоящей из 28 полос, от 12 до 18 полос посвящено рубрике «События епархиальной жизни», где сухим канцелярским языком перечислены все мероприятия и встречи правящего архиерея, состоявшиеся за месяц. Вторую половину газеты занимают перепечатки из «Православной газеты» г. Екатеринбурга, московского «Церковного вестника», журнала «Русский дом», портала «Православие.ру». В газете «Искитимский епархиальный вестник» мы также видим невыразительные информационные материалы о епархиальной жизни с сухими заголовками: «Искитимскую епархию посетили святые», «Собрание священнослужителей Северного благочиния», «12 апреля прошло епархиальное собрание» и т. д. Таким образом, рубрика «Новости Искитимской епархии» занимает примерно 12–14 полос из 16. Несколько страниц отведено для интервью и развернутых репортажей, которые, надо заметить, из номера в номер становятся более качественными и интересными.

Разумеется, описанные выше издания епархий вовсе не норма, существует большое количество качественной и по-настоящему интересной и общественно значимой церковной периодики. К таким изданиям относятся вышеперечисленные столичные печатные и интернет-издания, а также большая часть изданий крупных епархий и митрополий Русской православной церкви: Екатеринбургской, Воронежской, Уфимской, Тюменской и др. Здесь же следует отметить новые проекты епархий. Например, в конце 2013 г. в медицентре Новосибирской митрополии создан интернет-портал pravoslavie.fm, основной целью которого является миссионерская проповедь православия в молодежной среде. В настоящее время это интернет-журнал, имеющий современный интернет-ресурс, около 600 обращений на сайт в день, более тысячи подписчиков в социальных сетях. Проблему отсутствия в епархии православных публицистов, способных анализировать церковную жизнь, грамотно рассуждать о вероучении, редакция решила привлечением известных столичных авторов, таких как Сергей Худиев, Родион Петриков, Мария Сеньчукова, Ксения Кириллова и др.

Именно из-за отсутствия качественных критических статей православная пресса выглядит в глазах читателей не слишком привлекательной и интересной.

Хотя на самом деле актуальных тем в церковной сфере более чем достаточно, нужно только уметь замечать и преподносить аудитории самое значимое и важное, искать правильную форму подачи материала и подходящие оригинальные жанры. Обилие подобных тем — один из главных способов поддержания интереса читателей и привлечения новой аудитории.

Православным журналистам приходится работать с информацией, обладающей определенной спецификой: вопросы, затрагивающие различные духовные и социальные моменты, следует объяснять с точки зрения религии, что подразумевает знание языка конфессии. В православных богослужениях используется церковно-славянский язык, он же применяется в литературе и иногда в журналистских текстах. Религиозный язык чаще всего не совсем понятен светской массовой аудитории, поэтому на журналиста возлагается ответственная миссия переводчика. Он должен адаптировать высказывания богословов и священнослужителей, содержащие специфические речевые обороты и термины. Именно журналист адаптирует текст и помогает читателям понять его и воспринять со всей терминологией и спецификой. Очень важно при таком «переводе» сохранить глубину мысли и особый дух суждений, передать красоту языка Церкви.

В связи с этим на религиозного журналиста возлагается больше ответственности, он должен уметь не только передать, но и пояснить мысли, специальные выражения и высказывания представителей Церкви. И если в светской журналистике достаточно скомпилировать определенные факты, в материалах, посвященных религиозным темам, важно объяснить, донести до читателей суть. Чтобы справиться с возложенной миссией переводчика, журналисту необходимо сначала самому изучить и понять заявленную проблему, разобраться в языковых и стилевых особенностях, затем подготовить материал для читателей, адаптировать язык и особенности стиля для массовой аудитории.

Журналисту следует активно контактировать с представителями Церкви, расспрашивать, уточнять подробности и специфические, малопонятные термины, сложные обороты речи и т. д. В свою очередь, необходима ответная реакция от церковнослужителей. Исторически сложилось так, что представители Церкви иногда с недоверием относятся к прессе, существует некоторая обособленность, закрытость по отношению к журналистам. Когда разрешение на поиск информации или беседа с журналистом все-таки получено, священнослужители, как правило, дают необходимое количество информации, сопровождая беседу нужными разъяснениями. Организовать продуктивный диалог между светскими журналистами и священноначалием — одна из задач епархиального медиацентра и пресс-секретаря епархии.

Как правило, представители Церкви всегда открыты к диалогу и конструктивной критике. В первую очередь, необходимо проявить солидарность всем равнодушным журналистам и читателям, церковнослужителям и воцерковленным людям, которые ориентируются в современном информационном пространстве. Авторитетная и более активная позиция Соборной церкви, единственно верный голос Церкви сможет обеспечить порядок в системе

современного общественно-информационного пространства, защитить людей от клеветы и ложных взглядов. Руководителям епархиальных информационных отделов и медиахолдингов, главным редакторам изданий и программ следует сделать определяющим общее соборное мнение, обсуждаемые темы должны затрагивать интересы православных, проживающих не только в России, но и в странах СНГ.

Таким образом, мы выявили серьезную проблему трансляции православной культуры и церковных событий в современных религиозных СМИ и определили первостепенную цель — повышение уровня профессионализма и воцерковленности сотрудников православных изданий, в первую очередь епархиальных. Для достижения этой цели необходимо плодотворное тесное сотрудничество всех изданий, стремящихся быть проводниками православной культуры, а также выход на новый уровень дискуссии. Открытый диалог между богословами, представителями церковной власти, миссионерами и простыми прихожанами, зарождающийся сейчас на дискуссионной площадке Межсоборного присутствия, должен в итоге привести к созданию единой программы публикаций.

Просвещение с помощью СМИ нуждается в строго определенной, утвержденной, прописанной системе, большем интересе и энтузиазме со стороны как священноначалия Русской православной церкви, так и опытных практикующих профессионалов — православных журналистов.

Система православной церковной печати будет активно развиваться и улучшаться, об этом свидетельствует современное общество с его запросами и потребностями в духовном чтении. И несмотря на то, что становление религиозной печати не обходится без трудностей, обусловленных как внутренними проблемами Церкви, так и внешними событиями, происходящими в стране, новые качественные издания появляются, а значит, прогноз на будущее оптимистичен.

1. Встреча Святейшего Патриарха Кирилла с участниками V Международного фестиваля православных СМИ «Вера и слово». Ответы на вопросы : [сайт Моск. патриархии]. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2560710.html> (дата обращения: 3.03.2014).
2. Выступление Святейшего Патриарха Кирилла на закрытии V Международного фестиваля православных СМИ «Вера и слово» : [сайт Моск. патриархии]. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2560180.html> (дата обращения: 3.03.2014).
3. Емельянов Тихон, архиепископ Бронницкий : докл. на Конгрессе православной прессы [Электронный ресурс] // Конгресс православной прессы. М., 2000. URL: <http://www.pravoslavie.ru/sobytia/cpp/smirpc.htm> (дата обращения: 4.03.2014).
4. *Исаева Л. Г.* Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Уфа, 2005.
5. *Костикова Н. А.* Православная журналистика: методологические особенности изучения эффективности деятельности [Электронный ресурс] // Клуб православных журналистов. М., 2006. URL: <http://radonezh.ru/analytic/9097.html> (дата обращения: 7.02.2014).
6. *Лукина М. М., Фомичева И. Д.* СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс] // Интернет-журналистика. М., 2005. URL: http://www.journ.msu.ru/study/handouts/texts/smi_internet.pdf (дата обращения: 25.02. 2014).

7. Мунтян М. А. Глобализация: что это такое? [Электронный ресурс] // Фонд исторической перспективы. 2007. URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=43411> (дата обращения: 28.02.2014).

8. О введении учебного курса ОРКСЭ [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. 2012. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902384503> (дата обращения: 3.03.2014).

9. Тутунов Савва, архим. Собор идей [Электронный ресурс] // Православие и мир. 2012. URL: <http://www.pravmir.ru/sobor-idej-archimandrit-savva-tutunov-analiziruet-deyatelnost-vsecerkovnogo-sobora-1917-1918-godov-i-plody-ego-reshenij/> (дата обращения: 1.03.2014).

10. Цертинская О. Формирование «православной цивилизации» [Электронный ресурс] // Обозреватель. 2011. URL: http://www.observer.materik.ru/observer/N5_2011/073_078.pdf (дата обращения: 25.02.2014).

11. Чистяков Г. П. Размышления с Евангелием в руках. М., 1997.

12. Щипков А. Религиозная журналистика — журналистика экспертная [Электронный ресурс] // Государство, СМИ и Церковь : материалы и рекомендации науч.-практ. конф. М., 2001. URL: http://www.religare.ru/2_26724.html (дата обращения: 6.03.2014).

Статья поступила в редакцию 24.03.2014 г.

УДК 070(470.5):316.772.4 + 070.15

Р. Л. Исхаков

ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕЖЭТНИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ НА СРЕДНЕМ УРАЛЕ

Дается историографический обзор изучения отношений между народами, кросс-культурных коммуникаций на Среднем Урале. Впервые анализируются публикации научных журналов Уральского университета по теме межэтнических коммуникаций за 1920–2011 гг., проведен их библиометрический анализ.

К л ю ч е в ы е с л о в а: библиометрический анализ; УОЛЕ; Уральский МИОН; толерантность; Стратегия государственной национальной политики; пассионарная концепция журналистики.

Системные проблемы общества очень часто находят выход именно в форме межнациональной напряженности. «Нужно всегда помнить, — писал В. В. Путин, — что существует прямая зависимость между нерешенными социально-экономическими проблемами, пороками правоохранительной системы, неэффективностью власти, коррупцией и конфликтами на национальной почве. Если посмотреть на историю всех недавних межнациональных эксцессов — практически везде мы обнаружим этот “спусковой крючок”» [38]: в одном ряду с Кондопогой, Манежной площадью В. В. Путин (тогда еще кандидат в Президенты РФ) упомянул и уральский поселок Сагру.

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

© Исхаков Р. Л., 2014

Сердцевина Среднего Урала — Свердловская область — один из субъектов крупнейшего в мире многонационального государства. 17 января 2014 г. на Урале торжественно отметили 80-летие создания области. В регионе постоянно проживают представители более 150 национальностей. В их числе — народы, проживающие на уральской территории с давних времен: финноугорские (коми-пермяки, коми-зыряне, удмурты, марийцы), тюркские (башкиры, татары), славянские (русские), а также народы, представители которых были переселены или переехали на Урал в результате Столыпинской земельной реформы, массовой коллективизации, годы первых пятилеток, во время эвакуации периода Великой Отечественной войны, во времена освоения целинных и залежных земель. В начале 2000-х гг. увеличился приток населения из бывших среднеазиатских республик СССР.

В Свердловской области, как и во всех субъектах Российской Федерации, все прочнее утверждается взгляд на Россию как на национальное государство с многоэтничной российской нацией, в состав которой наряду с русскими входят представители других национальностей. В качестве основного доктринального стержня выступает идея национально-культурных автономий [48]. В России образовано 16 федеральных национально-культурных автономий, 173 региональных и 315 местных, которые входят в число 153,5 тыс. различных общественных объединений граждан [8, 54]. Действуют 557 организаций всех основных религиозных конфессий.

В Свердловской области приняты указы губернатора «Об утверждении Основных направлений национальной политики в Свердловской области» (3.09.1996 г., № 335), «О мерах по реализации национальной политики Свердловской области» (23.09.2002 г., № 618). Разработана Концепция миграционной политики Свердловской области [36], создан областной миграционный центр. Утвержден и более 10 лет действует Консультативный совет по делам национальностей во главе с губернатором Свердловской области [45]. Работает областная межнациональная библиотека, в которой создан банк электронной информации «Народы России». Действует областной Дом фольклора.

23 сентября 2002 г. указом губернатора утвержден праздник — День народов Среднего Урала. В ноябре 2007 г. в Екатеринбурге впервые прошел форум народов Среднего Урала. Основной формой содействия государственных органов развитию национальных культур является государственная областная целевая программа «Культура Среднего Урала». В Свердловской области уже реализуется проект «Этнические меньшинства и доступ к правосудию в Российской Федерации». Предпринимаются организационные меры по координации деятельности: так, указ губернатора Свердловской области № 618-УГ от 5.12.2013 г. относит к ведению заместителя главы регионального кабинета министров и вопросы межнациональных и межконфессиональных отношений. И вместе с тем, как отмечают в Администрации губернатора Свердловской области, «сегодня в области информационное поле таково, что практически не освещает национальную тему» [34, 53].

Индифферентность массово-коммуникативной сферы к теме межэтнических коммуникаций мы связываем не только с тем, что на Урале — «опорном

крае державы» — сохраняется относительный мир между населяющими его народами.

Во-первых, еще сильны традиции трусоватой «оглядки» при выборе публицистических тем. Научное исследование темы межнациональных отношений отечественными исследователями в XX в. было затруднено по двум причинам.

Прежде всего, сам предмет изучения — этническое, политизированно понимаемое как национализм, — был нелегитимен. Наиболее употребительное значение термина «национализм» в современном русском языке по смыслу приближается к шовинизму и ксенофобии. Для советской науки вплоть до конца 1980-х тема национальной прессы, имеющая ярлык «националистической», была небезопасной — она была табуирована ст. 58 УК РСФСР 1926 г., затем ст. 70 УК РСФСР (в редакции Закона РСФСР от 25.07.1962 г.). Даже в начале 1990-х гг. отдельные авторы обвинялись в «теоретическом оправдании» национализма. Лишь отказ от инкорпорации в Уголовный кодекс 1996 г. статьи с аналогичным составом преступления позволил раскрепостить научную мысль, вовлечь этническую тему в поле научного анализа. Но в новом Уголовном кодексе РФ появились правовые новеллы: статьи 280 — «Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности» и 282 — «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства». Появился и первая практика правоприменения.

Второй причиной было официальное признание того, что якобы «национальный вопрос, доставшийся от прошлого, в Советском Союзе был успешно решен» [37, 43]. На долгие десятилетия анализ национальной темы фактически подменялся социальной статистикой и статистическим описанием жизни народов страны — демоскопией.

Во-вторых, не выработаны достаточные научно выверенные рекомендации по освещению межнациональных отношений, кросс-культурных коммуникаций¹.

Журналистов сдерживает и вступивший в действие Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности». Введенная им в 2007 г. практика составления Федерального списка экстремистских материалов — своего рода *Index librorum prohibitorum* (Индекс запрещенных книг) [57] — ждет своего аналитика. А пока список запрещенных книг в наносовременной и инновационно-модернизированной России уже больше исторического списка инквизиторов, который составлялся в течение многих столетий. С XVI по XX в. включительно вышло 32 издания списка запрещенных книг. В XVI в. вышло четыре издания (1559, 1590, 1593, 1596); в XVII в. — три (1632, 1665, 1681); в XVIII в. — семь (1704, 1711, 1716, 1744, 1758, 1786, 1787); в XIX в. — шесть (1819, 1835, 1841, 1877, 1881, 1887); за первую половину XX в. — двенадцать (1900, 1901, 1907, 1911, 1917, 1922, 1924, 1929, 1930, 1938, 1940, 1948).

¹ Автором были предложены студентам Уральского государственного университета специальные курсы «Освещение межнациональных и федеративных отношений в СМИ» (1995–2001), «История печати народов стран СНГ» (2003–2007), «Этническая журналистика» (2005–2013).

Последнее издание индекса вышло в 1948 г., а федеральный список экстремистских материалов на конец января 2014 г. уже насчитывал 2200 пунктов.

Нет сомнений, что необходима теория большей объясняющей силы, которая видится нам в синергичном объединении научных школ и их представителей.

Первые шаги сделаны. Актуальные вопросы рассматривались на научно-практических конференциях «Толерантность и власть: судьбы российской интеллигенции» (2003) [40, 153–157], «Этнический фактор в процессе социальных трансформаций» (2004) [51], «Проблемы этнической толерантности современной России: Осетия – Кавказ – Урал» (2007) [50], «Проблемы обеспечения геополитической безопасности России» (2009), «Литература Урала. Национальные образы мира в региональной проекции» (2009) [42, 218–224].

При Уральском государственном университете в самом начале XXI в. был создан Уральский межрегиональный институт общественных наук (МИОН). В рамках темы Уральского МИОН «Толерантность в современной цивилизации» были определены 10 приоритетных направлений исследований:

1. Ментальная толерантность и философия понимания;
2. Толерантность и полисубъектная социальность;
3. Культурологические проблемы толерантности;
4. Гендерный аспект толерантности;
5. Лингвокультурологические проблемы толерантности;
6. Религиозная толерантность;
7. Толерантная журналистика (роль СМИ в достижении толерантности и общественного согласия);
8. Толерантность в международных отношениях;
9. Социологические проблемы толерантности;
10. Толерантность в образовании: педагогика толерантности.

За годы работы МИОН вокруг этой проблемы удалось объединить самых различных ученых: философов, международников, журналистов, религиоведов, культурологов, филологов, психологов, исследователей гендерных отношений, педагогов и пр. Достигнутые научные результаты, ставшие добрым заделом для дальнейших исследований, отражены в публикациях МИОН, предназначенных для всех интересующихся проблемами толерантности в межэтническом взаимодействии.

Исследования на темы этнополитических процессов, кросс-культурных коммуникаций, конфессиональных отношений, истории печати народов России, этнической журналистики, толерантности защищались в диссертационных советах УрГУ, других вузов (научные диссертации Г. Г. Абдулкаримова [1], Б. И. Аболина [2], Н. Р. Бальнской [6], Р. Л. Исхакова [20], А. А. Мухаметзянова [29], Л. В. Савинова [39], А. Н. Старостина [43] и др.). Председатель Союза журналистов Дагестана А. А. Камалов защитил исследование на тему «Национальная пресса Дагестана как важный фактор сохранения и развития культур и языков народов республики» [22], директор Башкирского института регионального образования Ф. Т. Кузбеков подготовил диссертацию «Башкирская журналистика как явление этнической культуры» [26], главный

специалист Департамента по работе с малочисленными коренными народами Севера Администрации Ямало-Ненецкого округа О. П. Сюгней подготовил работу о ненецкоязычной печати [44].

Отдельные итоги изучения межнациональных отношений можно подвести, проведя библиометрический анализ издаваемых на Среднем Урале научных журналов. Наличие регулярно издаваемого журнала — показатель научного потенциала региона.

На Среднем Урале научные статьи гуманитарного характера публиковались в «Записках УОЛЕ», издаваемых Уральским обществом любителей естествознания (УОЛЕ) и хорошо известных во многих европейских научных центрах². С 1873 по 1927 г. вышло 40 томов в 106 выпусках. Составленные С. И. Сергеевым (1891, 1896), А. А. Черданцевым (1911, 1916), П. П. Макаровым (1930) указатели содержания показывают, что журнал подготовил основу развития региональной научной журналистики. С 1918 г. в Горном институте выходили «Известия». Не случайно и то, что сразу после издания декрета о создании в 1920 г. в Екатеринбурге университета появился первый том «Известий Уральского государственного университета», второй и третий тома вышли в 1921–1923 гг. Роспись содержания первых номеров «Известий УрГУ» сделала В. А. Свалова [41, 90–93]. После 1923 г. журнал «Известия» не выпускался более полувека. Краткий обзор периодических изданий Уральского университета был представлен Ю. В. Чемякиным [49, 25–26]. Благодаря стараниям профессора М. Е. Главацкого в 1995 г. вышел четвертый номер «Известий». В планах издания был намечен выпуск двух серий — «Естественные науки» и «Гуманитарные науки». Серия «Гуманитарные науки» (с 2006 г. — серия 2) вышла в 1997 г. В 2006 г. появляется третья серия журнала «Известия» — «Общественные науки».

Развитие библиометрических подходов³ к исследованию науки тесно связано с появлением и расширением уникальных баз данных ISI, и прежде всего базы данных SCIENCE CITATION INDEX. Она, с одной стороны, дает возможность выявлять статистику библиографического материала в мировом масштабе, а с другой — обнаруживать связи между учеными (а соответственно, и между публикациями). При использовании баз данных ISI могут быть применены и более тонкие количественные подходы к оценке качества. Показатели, введенные в базе данных JCR для оценки научных журналов — Impact factor и Immediacy Index, — являются важными индикаторами в исследованиях науки.

Благодатную основу для эмпирической базы нашего библиометрического анализа предоставили составители библиографического указателя «Из-

² См. отчеты о деятельности общества в фонде УОЛЕ (ГАСО. Ф. 101).

³ Термин «библиометрия» в 1969 г. ввел английский ученый А. Причард, расширив область статистической библиографии. Библиометрия (от греч. *biblion* — книга и *metron* — мера, *metreo* — измерять) — новое направление в исследованиях науки, зародившееся в 1960-е гг. и связанное с количественным анализом документальных потоков. Вся библиометрия построена на анализе библиографических данных публикаций. Объектами изучения в библиометрических исследованиях являются публикации, часто сгруппированные по разным признакам: по авторам, журналам, тематическим рубрикам, странам и т. п.

вестия Уральского государственного университета»: указатель содержания» [10]. Библиографический указатель представляет собой роспись содержания 97 номеров журнала за 1920–2011 гг. Он содержит 2567 названий научных статей, права на которые принадлежат 1908 авторам [4, 210–262]. Материал систематизирован по отраслям знаний, что позволяет взглянуть на многоликий, многоязыкий российский мир с точки зрения социологии, истории, политологии, культурологии, филологии, религиоведения, философии, психологии. Такой междисциплинарный подход есть взгляд ученого мира на человечество через «фасеточные глаза»⁴. Именно на это обращает внимание Н. Б. Кириллова [24, 58–68], уточняя предмет культурологии [23, 63–74].

Изучение de visu библиографического указателя позволило выявить в «Известиях УрГУ» 39 статей непосредственно на темы межнациональных отношений; они составляют 1,5 % общего журнального контента.

Рейтинг научных интересов, согласно контенту разделов журнала «Известия Уральского федерального университета», может быть представлен следующим образом (табл. 1):

Таблица 1

Рейтинг научных интересов*

Отрасли науки	Количество публикаций	%	Рейтинг, место
Политические науки	13	33,3	1-е
Филологические науки:	9	23,1	2-е
в т. ч. СМИ	6		
Социология	6	15,4	3-е
Исторические науки	5	12,8	4-е
Культурология	5	12,8	5-е
Искусствоведение	1	2,6	6-е
Итого	39	100,0	—

* Источники: «Известия Уральского государственного университета»: указатель содержания, 1920–1923, 1995–2011. Екатеринбург, 2012. 272 с.

В разделе «Политология» представлены публикации А. Г. Дугина, Е. Г. Дьяковой, Р. С. Мухаметова, М. М. Шарафуллина, Д. Р. Шарафутдинова. Второе место в рейтинге интересов занимает раздел «Филологические науки» за счет работ Е. Л. Березович, В. А. Вададовой, А. Е. Местниковой, Т. А. Снигиревой.

⁴ Фасеточные глаза, в представлении зоологии, — сложные глаза — основной парный орган зрения, образованы особыми структурными единицами — омматидиями, роговичная линза которых имеет вид выпуклого шестигранника — фасетки (фр. *Facette* — грань; отсюда название). Каждая фасетка представляет собою самостоятельное зрительное устройство, иначе называемое *омматидием*. Наиболее изучены фасеточные глаза взрослых насекомых. Глаза различных видов насекомых состоят из разного числа омматидиев: у рабочего муравья их около 100, у комнатной мухи — около 4 тыс., у рабочей пчелы — 5 тыс., у бабочек — до 17 тыс., у стрекоз — до 30 тыс.

В разделе «Средства массовой информации» представлены работы В. М. Амирова, Р. Л. Исхакова, Г. М. Ниязовой. Эта тема интересует также культурологов П. А. Амбарову, М. С. Инкижекову, Н. Б. Кириллову, искусствоведа О. Л. Девятову. Так, М. С. Инкижекова на примере хакасов рассматривает как предмет культурологического исследования культуру малочисленного этноса [11, 156–164; 12, 91–96; 13, 147–154]. Публикации в разделе «Исторические науки» принадлежат Р. Т. Ганиеву, К. И. Зубкову.

Библиометрический анализ показал, что существуют отдельные лакуны. Мы не нашли публикаций в разделах «Философские науки», «Психология». Это может быть связано и с неопределенностью критериев классификации, ибо этничность характеризуется высокой степенью инклюзивности в социально-политические процессы.

В нашей стране ученые стали сосредоточивать внимание на этнических проблемах примерно со второй половины 1980-х гг., с начала так называемого периода «гласности». До этого значительным препятствием к выпуску печатной продукции была существовавшая в советские годы строгая цензура [9, 183–197] и не менее строгая регламентация научной мысли [30, 263–265; 31, 524–527; 32, 464–466; 33, 486–488]. В 1990-е гг. ситуация кардинально меняется. В частности, для преодоления предшествующего негативно-оценочного (так называемого «националистического») видения прессы народов России нами еще в 1995 г. был предложен нейтральный термин «этническая журналистика» [21, 30–32].

Научные исследования в этнической и смежной с ней сферах ведут ученые Уральского отделения РАН, Уральского федерального университета, Уральского филиала Российского института стратегических исследований, Уральского педагогического университета, Уральского горного университета и других вузов области.

В новейшей российской истории впервые была сформулирована и озвучена перспективная цель — формирование российской гражданской нации (1994 г., ежегодное послание Президента РФ Б. Н. Ельцина «Об укреплении Российского государства») [35]. Сигналы высшей государственно-политической элиты, в которых отражались демографические реалии, были восприняты политическим сообществом. Так, идея нашла отражение в 1995 г. в предвыборной программе федеративной партии «Демократическая Россия», в которой россияне были представлены как «гражданская общность всех этнических групп России» [3, 107].

Однако в научных исследованиях журналистских практик этого не замечалось. Абсолютизация опыта отечественной, в том числе и советской, русскоязычной журналистики привела к исследованию алгоритма некоей абстрактно-космополитичной журналистики, игнорированию этнической многоликости, многоязычности. Космополитизация абстрактного журнализма через научные публикации переходного периода, сохраняющие эту традицию, приходит в высшую школу. В мае 2013 г. нами проведено социологическое исследование (было опрошено 64 респондента, все они студенты 3-го курса департамента журналистики). На вопрос «Какой исторический опыт журналистики других

народов можно применить в российских журналистских практиках?» 62,5 % ответили, что не нашли ничего, что могло бы пригодиться отечественной журналистике [14, 172].

На тенденции интернационализации журналистского образования в Уральском государственном университете обратили внимание еще в 1994 г. [5, 81–83]. Созданный в Екатеринбурге в сентябре 1993 г. Российско-Американский гуманитарный информационный центр (РАГИЦ) включился в реализацию программу стипендий Freedom Support Act (FSA). Перечислим формы интернационализации высшего образования:

- во-первых, самая известная форма интернационализации высшего образования – это академическая мобильность (выезд определенного числа студентов для обучения за границу);

- во-вторых, мобильность преподавательского состава; эта форма не так хорошо исследована, как мобильность студентов, ее можно считать второй по важности формой интернационализации высшего образования;

- и, наконец, интернационализация учебных планов с целью стимулирования, т. е. внедрения изменений в учебные планы сотрудничающих вузов и факультетов.

Для медиатеории характерна интенсивная вестернизация. В октябре 1994 г. факультет журналистики УрГУ совместно со Школой журналистики и массовой коммуникации университета штата Северная Каролина приступили к осуществлению программы партнерства. Для этой цели американским агентством ЮСИА был выделен грант в размере 225 тыс. долл. США. 12 профессоров из США побывали в Екатеринбурге, 11 педагогов журфака стажировались в США [47, 18]. Переводы книги американских авторов составляют 33,3 % основной литературы, рекомендованной по курсу «Введение в специальность», 33,3 % дополнительной литературы – по курсу «Основы творческой деятельности журналиста», 18,2 % дополнительной литературы – по курсу «Введение в теорию журналистики» [46, 6, 8, 17–18]. Необходимо отметить усиление антиконцептуалистских умонастроений в исследовательской среде. Дух антиконцептуализма обнаруживает себя в большей степени в эмпиризме инструментального толка. Приветствуются ранняя профессиональная занятость студентов и так называемые практические дипломные работы (от них ушли в 1947 г.), в 2003 г. были созданы мастер-классы на заочном отделении. Теория журналистики представляется своеобразной «вербализацией личного опыта».

Президент РФ В. В. Путин в 2004 г. вернулся к дефиниции главного субъекта власти, политики и управления в России – *российского народа* и *российской нации*. Это делает актуальным изучение становления феномена российской гражданской (постэтнической) нации. Российская национальная идея 1990-х гг. стала существовать в виде двух социальных трендов – деэтнизации политики в становлении государственности и деполитизации этничности в формировании гражданского общества.

Академик Ю. В. Бромлей, вслед за В. И. Лениным⁵, отмечал, что образование «национальных государств является тенденцией (стремлением) всякого

национального движения. Более того, для всего цивилизованного мира — типичным» [7, 31].

Разобрав множество типологий политических партий (Э. К. Леда [54, 8], Р. Кац и П. Мэйр [53, 6]), политолог К. А. Мусиенко пришла к выводу, что «классификацию, подходящую для анализа политических объединений современной России, найти весьма сложно» [28, 75]. Такой печальный вывод о невозможности построения некоего общероссийского классификатора стал возможен в связи с тем, что исследователь не определил четкого критерия классификации. Наиболее плодотворным для изучения становления концепта, на наш взгляд, будет типологизация национальных программ политических объединений. Наиболее близко к объяснению национальных программ политических партий подошли Х. Оверслут и Р. Верхейл [56, 383–405]. Весь спектр политических объединений современной России они делят на семь категорий: 1) Коммунистическая партия Российской Федерации; 2) истинные партии; 3) партии власти; 4) партии помощников партии власти; 5) поощряемые или разрешенные оппозиционные партии; 6) враждебные партии («мухи»); 7) «партии тщеславия».

Активно обсуждаются проблемы нациестроительства (nation building) [55]. Так, на примере печати Австро-Венгрии мы обращали внимание на роль печати в формировании не только государств, но и наций [19, 54–63].

Американский политолог Д. Холинджер (D. Hollinger) представляет единство трендов деэтнизации политики в становлении государственности и деполитизации этничности в формировании гражданского общества как процесс формирования нового феномена — постэтнических наций [52]. В свое время мы показали, что роль этнической прессы возрастает в период зарождения [15, 20–21], формирования [16, 89–94] и развития идеи национальной государственности [18, 79–86].

Современный, послеельцинский этап (после 2000 г.) протекает в контексте мероприятий по усилению российской государственности, которую часто называют «русской системой». Ее основные характеристики — самодержавная власть, патернализм, закрытость от внешнего мира, доминирование интересов государства над интересами личности, великодержавные внешнеполитические амбиции [27]. Предполагается, что именно такая государственность соответствует особенностям россиян как народа. Власть пытается упрочить свои позиции, опираясь не на сильные, а на слабые стороны населения [57, 20].

В новый политический цикл тема отношений между народами России была введена кандидатом в Президенты Российской Федерации В. В. Путиным. В ходе своей предвыборной гонки он опубликовал ряд газетных статей, в том числе «Россия: национальный вопрос» [38]. Статьи раскрывали его президентские намерения. Дальнейшую реализацию они получили в так называемых «майских указах» — указах Президента Российской Федерации от 7.05.2012 г. № 596–606. (Напомним, что в день вступления в должность Владимир Путин присту-

⁵ В. И. Ленин отмечал: «Типичным, нормальным для капиталистического периода является <...> национальное государство» (Полн. собр. соч. 5-е изд. Т. 25. С. 259).

пил к реализации своих предвыборных программ и подписал ряд указов об экономической, социальной, демографической политике, совершенствовании здравоохранения, мерах по реализации государственной политики в области образования и науки, о доступном жилье и качестве услуг ЖКХ.) В этих указах глава государства установил конкретные целевые показатели.

Перспективы изучения межнациональных отношений на Среднем Урале просматриваются в научных исследованиях департаментов Института гуманитарных наук и искусств УрФУ, которые, в свою очередь, связаны с выполнением Указа Президента России № 1666 от 19.12.2012 г. «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» (см.: <http://www.kremlin.ru/acts/17165>).

Одним из оснований для принятия данного Указа стал тот факт, что к началу XXI в. стало очевидно, что Концепция национальной политики, утвержденная Указом Президента РФ от 15.06.1996 г. № 909, явно устарела. Постановлением Правительства РФ от 15.05.1998 г. № 443 Правительственная комиссия по реализации Концепции государственной национальной политики Российской Федерации была упразднена. Поэтому Президент РФ 8 октября 2002 г. дал поручение № 1795 по внесению корректив в Концепцию национальной политики Российской Федерации. Министерство регионального развития Российской Федерации весной 2005 г. направило в Правительство РФ проект новой концепции [8, 322–332].

Президент РФ Указом № 1666 от 19.12.2012 г. утвердил Стратегию государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 г. в целях координации деятельности федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, иных государственных органов и органов местного самоуправления в сфере государственной национальной политики Российской Федерации, обеспечения их взаимодействия с институтами гражданского общества.

Документ убедительно показывает включенность средств массовой информации в реализацию государственной национальной политики. Среди ее приоритетных направлений Указ № 1666 Президента РФ называет «<...> 11. Информационное обеспечение реализации государственной национальной политики Российской Федерации...».

В качестве инструмента реализации Стратегии на федеральном уровне может рассматриваться *государственная программа*. Президент РФ рекомендовал органам государственной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления руководствоваться положениями Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 г. при осуществлении своей деятельности в этой сфере. На региональном и муниципальном уровнях инструментом реализации настоящей Стратегии могут стать *региональные и муниципальные целевые программы*. Правительство Свердловской области 24 декабря 2013 г. уже приняло постановление № 1605-ПП «Об утверждении комплексной программы “Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России, проживающих в Свердловской области” на 2014–2020 годы». Достижение

новых результатов планируется за счет синергетического сотрудничества с институциями в целях преодоления проявлений ксенофобии, межэтнической нетерпимости, этнического и религиозного экстремизма и терроризма. В области в сфере межнациональных отношений работают 120 общественных объединений. Они зарегистрированы как национально-культурные автономии, национально-культурные общества, центры национальной культуры, землячества и общины. Общественными организациями при поддержке Департамента внутренней политики губернатора Свердловской области созданы Межнациональный информационный центр и Центр поддержки национальных объединений.

В основу комплексной программы «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России, проживающих в Свердловской области» положены и результаты научных исследований уральских ученых. В частности, наш более чем десятилетний мониторинг тематики средств массовой информации (табл. 2) позволил выявить основные тематические направления СМИ России в этой сфере. На расовом уровне — это арийская идея, на этническом уровне — русская идея, пантуранская идея, еврейский вопрос. На личностном уровне доминирует тема харизматической личности, на классово-корпоративном уровне — освещение национальных программ политических партий.

Разрозненные ранее исследования ученых Уральского отделения РАН, Уральского федерального университета, Уральского филиала Российского института стратегических исследований, вузов области приобретают теперь программно-целевую характеристику. Над теоретическим осмыслением путей реализации областных целевых программ могла бы работать специально созданная научная группа медиаисследований этнической идентичности «Этноинфо». Так, департаменты Института гуманитарных наук и искусств УрФУ имеют партнерские отношения более чем с 30 научными, образовательными учреждениями, международными организациями. В основу деятельности «Этноинфо» необходимо положить уже накопленный опыт проведения Уральского медиафорума, Российского фестиваля антропологических фильмов (РФАФ), Уральского биеннале современного искусства и т. п. Объединение усилий общественных научно-образовательных учреждений будут способствовать усилению конкурентных преимуществ вуза как исследовательского центра.

Центральной идеей научной группы медиаисследований этнической идентичности «Этноинфо» должны стать научные рекомендации по практической реализации Концепции государственной национальной политики до 2025 г. и Концепции государственной миграционной политики до 2025 г., равно как образовательная деятельность в сфере многонациональной культуры региона и научное изучение межнациональных отношений.

В качестве перспективных направлений изучения межэтнических коммуникаций, по нашему мнению, следует рассматривать и развитие пассионарного аспекта истории и теории журналистики. Учеными разрабатываются экономическая (Л. С. Агафонов, А. И. Акопов, Д. А. Мурзин, Ю. В. Чемякин и др.) и политологическая (Н. Р. Балынская, А. Ю. Быков, Г. В. Жирков,

Таблица 2

**Отражение в СМИ национальной тематики,
% к общему числу мониторинговых исследований**

Тематика СМИ	1993	1998	1999	Среднее
Раздел 1				
Этническая картина мира	3,7	3,5	0	2,6
Этническая психология	3,7	10,5	0	6,1
Социальная ответственность журналиста	3,7	1,8	3,2	2,6
Раздел 2				
Харизматическая личность	0	3,5	16,2	6,1
Русская идея	40,8	14,0	20,0	10,5
Еврейский вопрос	7,4	12,3	5,0	8,8
Арийская идея	7,4	14,0	10,0	11,4
Пантуранская идея	3,7	0	0	0,9
Конфессиональное и национальное	7,4	5,3	3,2	5,4
Межнациональные конфликты	0	15,8	13,2	11,4
Раздел 3				
Федеративно-государственное устройство	3,7	1,8	3,2	2,6
Национальная государственность и освещение межнациональных отношений	7,4	8,8	16,4	21,9
Этнокультурные аспекты труда	3,7	0	3,2	1,8
Национальная культура	7,4	8,8	6,4	7,9
<i>Всего мониторинговых исследований</i>	<i>27</i>	<i>57</i>	<i>30</i>	<i>38</i>

М. М. Ковалева, В. Д. Мансурова, С. А. Михайлов, В. Ф. Олешко и др.) парадигмы эволюции печати. Пассионарность, как принцип дополнительности в познании журналистики, способствует формулированию пассионарного аспекта истории и теории журналистики (Ф. А. Аракелян, О. А. Богатова, И. Н. Блохин, Р. Л. Исхаков, Н. Кондакова, Ф. Т. Кузбеков, В. К. Малькова, И. М. Удлер и др.). Пассионарная теория этногенеза Л. Н. Гумилева позволяет осуществить переход от преимущественно страноведческого (политологического и экономического) к этнологическому (культурологическому) видению. Мы показали, что пассионарная концепция дает исследователю возможность непротиворечиво раскрыть эволюцию средств массовой информации как системы лингвистических нарративов, которые в самых разных фазах самоорганизации этноса выполняют конкретную функциональную роль: младоэтническую (патриотическую), националистическую (государственническую) и постэтническую (гражданскую) [14, 168–180; 17, 62–68].

1. *Абдулкаримов Г. Г.* Толерантность в межнациональных отношениях в Уральском регионе: социологический анализ : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2004. 22 с.

2. *Аболин Б. И.* Концепт «толерантность» в когнитивно-дискурсивном аспекте : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2009. 23 с.
3. *Абрамов Ю. К., Головина Т. Ю.* Политические партии и движения России. 1996 : ежегодник. М., 1996. С. 107.
4. Алфавитный список авторов // «Известия Уральского государственного университета» : указатель содержания, 1920–1923, 1995–2011. Екатеринбург, 2012. С. 210–262.
5. *Алферова Е. Г., Бредберри К.* Интернационализация образования в области журналистики // Современная журналистика: тенденции развития, противоречия : тез. науч.-практ. конф., 22–23 апр. 1994 г. / ред.-сост. В. Ф. Олешко. Екатеринбург, 1994. С. 81–83.
6. *Балынская Н. Р.* Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России : автореф. дис. ... д-ра полит. наук. Екатеринбург, 2009. 38 с.
7. *Бромлей Ю. В.* Этносоциальные процессы: теория, история, современность. М., 1987.
8. Государственная национальная политика: проблемы и перспективы. Екатеринбург, 2005. С. 322–332.
9. *Ефремова Е. Н.* Партийная цензура историко-краеведческих изданий 1920–1930-х гг. на Урале // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 4 (82). С. 183–197.
10. «Известия Уральского государственного университета» : указатель содержания, 1920–1923, 1995–2011 / [под общ. ред. и с предисл. Л. С. Соболевой ; сост.: О. Ю. Лесных, М. Л. Карягина, Е. А. Рябоконь, Н. П. Милинькова, Т. М. Аболина]. Екатеринбург, 2012. 272 с.
11. *Инкижекова М. С.* Культура малочисленного этноса как предмет культурологического исследования (на примере хакасов) // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2009. № 1/2. С. 156–164.
12. *Инкижекова М. С.* Традиционная этническая культура как текст: культурфилософский анализ // Там же. № 3(69). С. 91–96.
13. *Инкижекова М. С.* Этнокультурная система в современном культурном пространстве: синергетический аспект // Там же. 2010. № 2(77). С. 147–154.
14. *Исхаков Р. Л.* VIS-A-VIS: и объективно, и субъективно... К вопросу о смене парадигмы теории журналистики // Вопросы истории и теории журналистики : межвуз. сб. / ред.-сост. Л. Д. Иванова. Екатеринбург, 2013. С. 168–180.
15. *Исхаков Р. Л.* Исторические параллели младоэтнической прессы // Журналистика в 2004 году. Средства массовой информации в многополярном мире : сб. материалов науч.-практ. конф., Москва, 2–5 февр. 2005 г. Ч. 1. М., 2005. С. 20–21.
16. *Исхаков Р. Л.* Национальная периодика и «валидовщина» (К вопросу о национально-государственном самосознании башкир) // Проблемы национальных отношений в России : сб. ст. Всерос. науч.-практ. конф., 15 февр. 2007 г. Магнитогорск ; Челябинск, 2007. С. 89–94.
17. *Исхаков Р. Л.* О пересмотре парадигмы истории печати // Языки и литературы народов Поволжья: проблемы межкультурной коммуникации : сб. тр. I Междунар. науч.-практ. интернет-конф. с междунар. участием, Казань, 1 окт. 2012 г. / отв. ред. Е. Д. Изотова. Казань, 2012. С. 62–68.
18. *Исхаков Р. Л.* Пресса и государственность: к вопросу о роли СМИ в легализации и легитимации государственности // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 3 : Общественные науки ; вып. 2. 2007. № 48. С. 79–86
19. *Исхаков Р. Л.* Пресса и нацистроительство в Австро-Венгрии // Австрия как культурный центр Европы : материалы Междунар. науч. симпоз., Екатеринбург, 25–28 окт. 2011 г. Екатеринбург, 2011. С. 54–63.
20. *Исхаков Р. Л.* Эволюция тюркской печати в XX века: от этничности к постэтнической идентификации (филологический анализ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2009. 21 с.
21. *Исхаков Р. Л.* Этножурналистика: творческая самоидентификация или профессиональное мифотворчество? // Сотрудничество в сфере массовой коммуникации : тез. меж-

дунар. науч.-практ. конф., 21–22 апр. 1995 г., Екатеринбург / ред.-сост. Л. М. Макушин. Екатеринбург, 1995. С. 30–32.

22. Камалов А. А. Национальная пресса Дагестана как важный фактор сохранения и развития культур и языков народов республики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 27 с.

23. Кириллова Н. Б. Медиакультура как объект исследования // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные науки. 2005. № 35. С. 63–74.

24. Кириллова Н. Б. Многообразие культур в глобальном медиапространстве // Там же. 2006. № 47. С. 58–68.

25. Клямкин И. Ситуативное государство // Вниз по вертикали: Первая четырехлетка Путина глазами либералов / ред.-сост.: А. Р. Курилкин, А. В. Трапкова. М., 2005. С. 20.

26. Кузбеков Ф. Т. Башкирская журналистика как явление этнической культуры. Уфа, 2006. 384 с.

27. Кутковец Т., Клямкин И. Нормальные люди в ненормальной стране // Моск. новости. 2002. 3 июля.

28. Мусяненко К. А. К вопросу о классификации политических партий (опыт применения западных теоретических концептов к анализу российской партийной системы) // Власть. 2008. № 12. С. 75.

29. Мухаметзянов А. А. Трансформация институтов мусульманской общины Татарстана (1920–1930-е гг.) : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Казань, 2007. 26 с.

30. О журнале «Под знаменем марксизма»: постановление ЦК ВКП(б) 25 января 1931 г. // КПСС в резолюциях... Т. 5. С. 263–265.

31. О научных кадрах: постановление ЦК ВКП(б) 26 июня 1929 г. // Там же. Т. 4. С. 524–527.

32. О серьезных недостатках в работе Государственного издательства политической литературы: постановление ЦК КПСС 24 декабря 1953 г. // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. 2-е изд., доп. М., 1987. С. 464–466.

33. Об упорядочении издательской деятельности министерств, ведомств и организаций: постановление ЦК КПСС 28 февраля 1966 г. // Там же. С. 486–488.

34. Плясунова М. Ю. Состояние дел и проблемы в области национальной политики на региональном уровне на примере Свердловской области // Этнический фактор в процессе социальных трансформаций : материалы междунар. науч.-практ. конф., 29–30 сент. 2004 г. Екатеринбург, 2004. 53 с.

35. Послание Президента РФ Б. Н. Ельцина Законодательному собранию Российской Федерации «Об укреплении Российского государства» // Рос. газ. 1994. 25 февр.

36. Постановление Правительства Свердловской области от 22.10.2003 г. № 652-ПП.

37. Программа Коммунистической партии Советского Союза: новая редакция. М., 1986.

38. Путин В. В. Россия: национальный вопрос [Электронный ресурс] // Независимая газета. 2012. 23 янв. URL: http://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html

39. Савинов Л. В. Специфика этнополитических процессов в современной России (на примере Сибирского федерального округа) : автореф. дис. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2004. 22 с.

40. Санникова Т. О. Интеллигенция и инакомыслие, или Заметки о международной конференции «Толерантность и власть: судьбы российской интеллигенции» // Изв. Урал. гос. ун-та. 2003. № 25. С. 153–157.

41. Свалова В. А. «Известия Уральского государственного университета» в 1920-е годы // Изв. Урал. гос. ун-та. 1995. № 4. С. 90–93.

42. Снигирева Т. А. Литература Урала в зеркале этнополитики // Там же. 2010. № 4(82). С. 218–224.

43. Старостин А. Н. Мусульманское сообщество Среднего Урала в конце XIX – начале XXI в. : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Екатеринбург, 2010. 26 с.

44. Слюней О. П. Возникновение ненецкоязычной печати и развитие в XX–XXI в. Тюмень, 2008. 160 с.

45. Указ губернатора Свердловской области от 23.09.2002 г. № 618-УГ.
46. Учебные программы кафедры периодической печати. Екатеринбург, 2002.
47. Факультет журналистики Уральского государственного университета в 1998 году / сост. и ред. Б. Н. Лозовский. Екатеринбург, 1998. 18 с.
48. Федеральный закон «О национально-культурных автономиях» от 17.06.1996 г. № 74-ФЗ.
49. *Чемякин Ю. В.* Периодика университета: вехи истории // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 3 (78). С. 25–26.
50. *Шарафутдинов Д. Р.* Проблемы этнической толерантности современной России: Осетия – Кавказ – Урал // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные науки. 2007. № 53. С. 262–263.
51. Этнический фактор в процессе социальных трансформаций : материалы междунар. науч.-практич. конф., 29–30 сент. 2004 г. Екатеринбург, 2004. 92 с.
52. *Hollinger D.* Post-ethnic America: Beyond Multiculturalism. N. Y., 1995.
53. *Katz R., Mair P.* Changing of Changing Models of Party Organization and Party Democracy: the Emergence of the Cartel Party // Party Politics. L., 1995. P. 6.
54. *Ladd E.* Analyses of Party System : Handbook of Party Pjlitics / R. S. Katz, W. Grotty (ed.). L., 2006. P. 8.
55. *Nelles V.* The Art of Nation-Building: The Quebec Tercentenary. Toronto, 2000.
56. *Oversloot H., Verheul R.* Managing Democracy: Political Parties and the State in Russia // The Journal of Communist Studies and Transition Politics. 2006. Vol. 22, № 3. P. 383–405.
57. *Reusch F. H.* Der Index der verbotenen Bucher. Bonn, 1883–1885. Bd 1–2.

Статья поступила в редакцию 24.02.2014 г.

УДК 371.687:316.772.4 + 008

А. А. Хлызова

РОЛЬ РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ПРОЦЕССАХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Исследуется роль телевидения в осуществлении процессов межкультурной коммуникации, рассмотрены факторы, определяющие высокую степень влияния телевидения на взаимодействие между культурами. Особое внимание уделено современному российскому телевидению, для которого характерно отсутствие интегративной функции, тогда как процесс глобализации ориентирует на консолидацию народов и диалог культур. В этом контексте предложены рекомендации по осуществлению межкультурной коммуникации посредством телевидения.

Ключевые слова: телевидение; межкультурная коммуникация; интегративная функция; культура; диалог; социально-исторический контекст; государство; консолидация; российское телевидение.

Современное развитие России как постиндустриальной страны характеризуется обновлением качества социальных связей и отношений, предполагающих культурное многообразие, расширение контактов между социальными группами, этническими общностями, индивидами, представляющими разные культуры и государства. В этом контексте важной социальной проблемой становится признание другой культуры, сохранение ее самобытности, традиций и быта, происходящее наряду с принятием общепризнанного в России стиля поведения и способов мировосприятия, чему способствует межкультурная коммуникация как ведущий системообразующий элемент современной цивилизации, представляющий смысловой и идеально-содержательный аспект отношений общения между индивидами и социальными группами, принадлежащими к различным культурам. Основная цель межкультурной коммуникации — достижение единства взаимодействующих носителей культуры при сохранении индивидуальности каждого из них [3, 5]. Реализовать данную цель качественно и эффективно позволяет телевидение как наиболее распространенное среди населения СМИ. Благодаря своей уникальной способности войти в каждый дом и возможности удовлетворить интересы различных зрительских групп телевидение способно представить различные культурные типы этносов, религиозных конфессий, социальных групп, транслировать их культурные образцы, способствуя не только их сохранению, но и обеспечению взаимосвязей в обществе, передачи социального, культурного опыта и наследия. Именно на это направлена интегративная функция телевидения — развивать чувство сопричастности каждого ко всем, формировать крепкие общественные связи, усиливать взаимодействие между представителями социума,

ХЛЫЗОВА Александра Александровна — доцент кафедры средств массовой информации факультета журналистики Южно-Уральского государственного университета (НИУ), г. Челябинск (e-mail: klyzova_a.a@mail.ru).

© Хлызова А. А., 2014

обладающими различными национальными, религиозными, конфессиональными, социальными признаками.

Реализация объединяющей функции ТВ крайне важна для современной России, что обусловлено непростой социальной ситуацией: нестабильное состояние общественной безопасности, межнациональные конфликты, дезинтеграция людей, отсутствие четкой формулировки национальной идеи и другие деструктивные для общества тенденции сейчас все ярче проявляются в нашей стране. Телевидение, являясь сильнейшим средством влияния на аудиторию, могло бы способствовать позитивному разрешению многих социальных проблем, в частности, при эффективном осуществлении интегративной функции, чего в настоящий момент не наблюдается. Поэтому актуально и необходимо не только охарактеризовать роль телевидения в процессах межкультурной коммуникации, но и сформулировать конкретные рекомендации, направленные на осуществление консолидации людей посредством телевизионного вещания.

Итак, межкультурная коммуникация позволяет осуществлять информационное взаимодействие культур в процессе и в результате прямых или опосредованных контактов между разными этническими или национальными группами [5, 318]. В современном обществе роль межкультурной коммуникации крайне важна, что обусловлено в первую очередь процессом глобализации, для которого характерны значительный рост культурно-языковых контактов, мобильность, миграция, смешение населения, происходящие как на территории отдельного государства, так и в мире в целом. Данные процессы, с одной стороны, приводят к увеличению интереса к различным культурам и активизации межкультурного взаимодействия, но, с другой стороны, отмечает О. П. Хорошавцева, «глобализация на информационном уровне превратила передачу культурных моделей в способ культурной экспансии, что нивелирует социокультурные процессы во всех странах мира и образует культурные стереотипы» [6, 3]. В связи с этим одной из негативных тенденций взаимодействия культур становится неприятие представителями одной культуры какой-либо другой культуры (культур), основанное на каких-либо стереотипных признаках (например, генерализация культурных черт «другого» приводит к его неверной интерпретации, перерастающей в бинарные оппозиции по типу «иммигранты / граждане», «русские / кавказцы», «белые / черные» и т. д.). М. Г. Лебедевко считает, что подобное непонимание становится причиной как легких культурных столкновений, так и конфликта культур, и в связи с этим упоминает теорию С. Хантингтона, которая гласит, что в будущем конфликт цивилизаций будет преобладать над мировой (глобальной) политикой, а основным доминирующим источником конфликтов может быть культура [2]. Учитывая это, необходимо облегчить общение представителей различных культур, обеспечить взаимопонимание между ними, устранить возможности неверной интерпретации культурных категорий, и главным средством достижения этой цели должна стать качественная работа телевидения.

Главенствующая роль телевидения в осуществлении межкультурной коммуникации обусловлена несколькими факторами. Во-первых, культурологи

сходятся во мнении, что для эффективной межкультурной коммуникации недостаточно непосредственного личного контакта лица, принадлежащего к одной этнонациональной группе, с лицом другой группы, так как при таком подходе источником получения представлений о другой культуре служит лишь непосредственно наблюдаемое поведение и речь индивида, что не может являться ни исчерпывающим, ни просто достаточным основанием для более или менее адекватного ее понимания [5, 321]. Следовательно, для формирования целостного представления о другой культуре необходимо обстоятельное информирование о ней, рассмотрение ее истории, особенностей, традиций, быта, акцентирование на ее самобытных чертах, подчеркивание уникальности, демонстрация ярких и интересных представителей этой культуры. В доступной форме донести эту информацию до массовой аудитории способны именно СМИ, из которых телевидение является наиболее популярным. Кроме этого телевизионные сообщения хорошо запоминаются благодаря синтезу изображения, слова и звука, что обеспечивает их зрелищность, достоверность и доступность для самой широкой аудитории. Поэтому телевидение способно качественно и эффективно информировать людей о культуре разных расовых, этнических или национальных групп.

Вторая причина, обуславливающая важнейшую роль телевидения в процессах межкультурной коммуникации, заключается в необходимости осуществления диалога разных культур, обеспечивающего взаимодействие их представителей. Диалог выступает социальной основой межкультурной коммуникации, служит эффективным средством обмена духовными ценностями, открывает новые возможности взаимного обогащения культур, при этом диалогичность межкультурных взаимодействий не требует от его субъектов поступаться собственными культурными интересами [3, 10]. Таким образом, в результате подобного диалога происходит не только передача социально важной информации, изменяющей сознание его участников, но и сохраняется уникальность каждого из них, и при этом они обретают некоторую общность. Следовательно, межкультурный диалог предполагает партнерские отношения между его участниками, их равноправность, равнозначность, что позволяет не дискриминировать какую-либо культуру через ее представителя. Учитывая, что именно диалог лежит в основе множества жанров журналистики, таких как интервью, беседа, в том числе специфических телевизионных — ток-шоу, дискуссия, дебаты, это обуславливает исключительную роль телевидения в организации и распространении межкультурного диалога. Более того, благодаря своей специфической природе телевидение способно транслировать живой диалог в режиме «синхронной реальности», когда мысли, слова, действия рождаются на глазах у телезрителей, что обеспечивает непосредственно чувственное восприятие информации аудиторией, позволяет расширить ее представления о какой-либо культуре и приобщить к ее ценностям так же, как и участников диалога внутри телепередачи.

Третий фактор, определяющий необходимость реализации телевидением процессов межкультурной коммуникации, — это фактор социальный. А. В. Сивков, рассматривая место и роль культуры в обществе, отмечает, что

она тесно взаимодействует с экономикой, политикой, правом, этикой, моралью, определяет их содержание, во многом зависит от государственного строя, создающего условия для социального развития людей, где культура служит организации жизни общества, выполняет роль запрограммированного поведения, помогает сохранить единство и целостность общества, его взаимодействие как на групповом уровне, так и с другими сообществами [4, 16]. Именно поэтому межкультурную коммуникацию нельзя исследовать отдельно от социально-исторического и политического контекстов. От этих контекстов также зависит телевидение, функционирование которого во многом обуславливается государственной идеологией, политикой, экономикой, духовной культурой и материальным бытом, поэтому телевидение является одним из социальных институтов. В этом случае телевидение реализует социально-педагогическую функцию, выступая государственным инструментом регулирования общественной жизни: оно обеспечивает выполнение жизненно важных для общества функций, представляет совокупность норм, ролей, предписаний, утвержденных в конкретном государстве в качестве официальных, является системой контроля, а также моделирует социальное отношение к миру, предлагая интеллектуальные, эмоциональные и поведенческие образцы, управляющие массовой аудиторией. Следовательно, именно телевидение как действительный инструмент влияния на общество способно конституировать образцы межкультурного поведения, ориентируя население на диалог культур, однако для этого на государственном уровне должны быть утверждены принципы межкультурного взаимодействия.

Данные факторы обуславливают важнейшую роль телевидения в процессах межкультурной коммуникации, но качественное взаимодействие между культурами не всегда зависит только от деятельности телеканалов, а во многом определяется национальной политикой конкретного государства. Особенно это касается системы государственного телевидения, которое управляется административными структурами различного уровня и определяет редакционную политику телеканалов. Учитывая, что ключевые телеканалы в российской телевизионной системе представляют собой государственную модель их организации и финансирования, осуществление ими межкультурной коммуникации обусловлено положениями национальной политики РФ.

И здесь наблюдается непростая ситуация. С. А. Храпов отмечает, что сейчас Россия находится в состоянии кризиса: политического, правового, экономического, социального, культурного, духовного, причем эти кризисные тенденции усугубляются этническим расслоением и ростом межэтнической напряженности, во многом обусловленными просчетами национальной политики, которая на протяжении ряда десятилетий ограничивала возможности сохранения и развития культурной самобытности народов, их языка, традиций, исторической памяти. В результате все чаще возникает агрессивность по отношению к другой точке зрения, другой системе ценностей, стремление обнаружить врага в лице представителей иной веры, национальности, усиливается экстремизм в политической и общественной жизни, наблюдается исчезновение духовной самобытности российской культуры и утрата историко-культурной самобытности отдель-

ных территорий [7, 58]. В этой ситуации российское телевидение могло бы быть эффективным инструментом в разрешении социальных проблем и налаживании межкультурного взаимодействия, однако телеканалы, наоборот, распространяют негативные стереотипы о представителях других культур, дискриминируют их, противопоставляя культуре российской, всегда положительно оценивая ее, что не способствует осуществлению диалога между культурами. Это похоже на применение механизма коэрсии, суть которого заключается в насильственном принуждении представителей других культур к определенному образу поведения, одобренному и официально принятому государством. Возможно, данный механизм показался российским властным структурам более удобным, нежели долгосрочное налаживание межкультурной коммуникации, а государственное телевидение, ориентированное на формирование положительного образа действующей власти, обеспечивая ее легитимность и формируя массовое сознание аудитории в соответствии с госзаказом, вынуждено реализовывать дезинтегративную функцию в угоду социально-педагогической.

В этом контексте необходимо предложить рекомендации по эффективно осуществлению межкультурной коммуникации. Следует понимать, что любые национальные культуры выражают всеобщее общечеловеческое содержание [1], поэтому без диалога культур и их взаимодействия невозможно гармоничное развитие человечества в общем и социума каждой страны в частности. Следовательно, генеральной функцией межкультурной коммуникации является корреляция отношений между странами и этносами, классами, слоями, национальными группами, религиозными организациями и т. д. с целью поддержания динамического единства и целостности мировой социокультурной структуры [5, 332]. Для реализации данной функции и консолидации аудитории телевидению необходимо:

- учитывать потребность каждого зрителя в идентификации себя как с мировым сообществом в целом, так и с определенной группой людей, с их специфическими интересами;

- объективно и разносторонне репрезентировать «картину мира» (беспристрастно информировать аудиторию о фактах, событиях, идеологической ориентации, о политическом значении тех или иных явлений во внешней для данной общности среде);

- создавать общие для аудитории представления, открывая границы культурного влияния и предлагая глобальные интерпретации разных культур, соответствующие истине;

- информировать разные этнические, религиозные, конфессиональные, социальные сообщества об изменениях, происходящих внутри этих групп;

- отображать ценности разных культур, знакомить широкую аудиторию с их обычаями, традициями, бытом;

- признавать уникальность и самобытность каждой национальной, этнической, религиозной, социальной и другой культуры, уважать ее существование и прививать это уважение массовой аудитории.

Представляется, что реализация данных рекомендаций позволит телевидению эффективно участвовать в осуществлении процессов межкультурной

коммуникации, а также делает возможным формирование культуры толерантности, без которой невозможно взаимное понимание, качественный диалог и сотрудничество. Желание понять другого человека, причины его поступков, его точку зрения и образ мыслей должно стать одним из ключевых образцов поведения для того общества, которое стремится гармонично развиваться. Если важнейшим условием жизнедеятельности людей в современном глобализированном мире является интеграция, признание суверенности и ценности каждого народа и его культуры, то телевидению необходимо ориентировать свою аудиторию на консолидацию и ощущение сопричастности каждого ко всем, инициируя обмен духовными ценностями, знакомство с достижениями культуры других народов. В частности, российскому телевидению крайне важно осознать свою роль в процессе межкультурной коммуникации и оказаться от неприятия и подавления других культур в пользу обеспечения их взаимодействия и интеграции.

1. *Кошкиаров Н. В.* Взаимодействие культур: диалог культур [Электронный ресурс] // Credo New : теорет. журн. URL: <http://credonew.ru/content/view/352/55/> (дата обращения: 21.02.2014).

2. *Лебедько М. Г.* Межкультурная коммуникация: почему важно готовиться к встрече с иными культурами? [Электронный ресурс] // Школа региональных и международных исследований. URL: <http://ifl.wl.dvfu.ru/6432> (дата обращения: 20.02.2014).

3. *Первиль Т. Г.* Межкультурная коммуникация как фактор модернизации образовательной деятельности: социально-философский анализ: дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д, 2005. 153 с.

4. *Сивков А. В.* Место и роль межкультурной коммуникации в развитии социума : автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2011. 25 с.

5. Теория культуры : учеб. пособие / под ред. С. Н. Иконниковой, В. П. Большакова. СПб., 2008. 592 с.

6. *Хорошавцева О. П.* Средства массовой коммуникации в системе межкультурных взаимодействия современной России : автореф. дис. ... канд. культурологии. Екатеринбург, 2011. 24 с.

7. *Храпов С. А.* Кризисные тенденции общественного сознания современной России : моногр. / под науч. ред. проф. И. М. Меликова. Астрахань, 2012. 144 с.

Статья поступила в редакцию 27.03.2014 г.

УДК 070:81'42 + 316.772.4 + 316.776.33

О. Ф. Автохутдинова

СЮЖЕТНЫЕ ФУНКЦИИ ПЕРСОНАЖА-ПОМОЩНИКА В МЕДИАДИСКУРСЕ

Анализируются дискурсивные практики конструирования персонажа журналистского текста. Особое внимание уделяется сюжетным функциям персонажа, в частности функции помощника. Объектом исследования послужили тексты, персонажем которых являлся Бог.

Ключевые слова: дискурс; дискурсивные практики; медиадискурс; средства массовой информации; Бог.

Изучение медиадискурса обусловлено необходимостью выявления и описания механизмов коммуникативного взаимодействия между адресантом и адресатом СМИ. М. Фуко понимал дискурс как систему, построенную на определенных правилах и ограничениях, не только языковых, но и внеязыковых. «Дискурс — это не тонкая поверхность соприкосновения или столкновения между некой реальностью и неким языком, сложение лексики и опыта... анализируя дискурсы как таковые, мы видим, как ослабевают внешне столь тесные объятия слов и вещей и как высвобождается совокупность правил, присущих дискурсивной практике» [8, 111]. Вслед за Фуко мы подчеркиваем социальную заданность дискурса, поскольку существуют правила общения (создания и передачи смыслов), которые субъект не изобретает: «Многие знания и навыки, необходимые коммуникантам в пространстве дискурса, не подвергаются непосредственному осознанию с их стороны. Смыслы дискурсивных практик журналистики большинство людей осваивает практически — в ходе просмотра телепрограмм, чтения газет и т. д., без обучения» [10, 295]. Эти правила стабильны потому, что каждый владеющий практикой воспроизводит ее многократно, а также потому, что практики доступны внешнему наблюдателю, так как фиксируются в текстах.

Под дискурсивной практикой, таким образом, понимается «процесс структурирования текста (как адресантом, так и адресатом) в пределах определенного дискурса. Однако условия продуцирования текстов очень разнообразны, поэтому имеет смысл говорить не о дискурсивной практике вообще, но о разнообразии дискурсивных практик в связи с конкретными обстоятельствами и условиями общения» [9, 7].

К ключевым практикам журналистского дискурса относят практики конструирования истины, субъектных позиций, а также практики конструирования события и практики конструирования персонажа [10, 291–292]. Мы рассмотрим дискурсивные практики конструирования персонажа, реализующе-

го в текстах функции помощника. Персонажем в журналистике, как и в художественных или разговорно-бытовых текстах, может быть «любое действующее лицо (в тексте. — О. А.), субъект действия вообще, представлен ли он непосредственно или о нем рассказывается» [2, 276]. С точки зрения роли в тексте, «некоторые из них активные исполнители, другие — пассивные наблюдатели, чье присутствие, тем не менее, осознается адресатом» [1, 88]. Для журналистского дискурса типичны и коллективные персонажи — организации, сообщества, жители определенных территорий и т. д. [9].

Для анализа практик конструирования персонажа в текстах СМИ мы используем следующую методику: выделяем базовую номинацию и вторичные номинации персонажа; анализируем характеристики поведения, черты характера персонажа (в том числе и его речь); учитываем, какая оценка дается персонажу; в чьей речи встречается номинация и оценка. И наконец, то, на чем мы сосредоточимся: мы рассматриваем сюжетную роль персонажа, опираясь на теорию В. Я. Проппа. Хотя теория разработана на материале фольклорных текстов, она имеет универсальное значение и, на наш взгляд, приложима и к структуре текстов журналистского дискурса, включающих сюжетные элементы.

Отметим, что внутри текста, имеющего развернутый сюжет или его элементы, один персонаж может играть несколько сюжетных ролей, причем воля персонажей, их намерения, не могут считаться существенным мотивом для их определения. «Важно не то, что они хотят делать, не чувства, их наполняющие, а их поступки как таковые, оцененные и определенные с точки зрения их значения для героя и для хода действия» [5, 90].

Согласно теории В. Я. Проппа, имеется ограниченное число типов событий и персонажей, и они весьма стабильны, хотя могут реализоваться по-разному. К примеру, сюжетная роль персонажа-помощника заключается в облегчении коммуникации между другими героями. Также помощник может способствовать облегчению участи жертвы [6, 25]. В круг действий помощника входит пространственное перемещение героя, которому он помогает, ликвидация беды или недостачи, спасение от преследования, разрешение трудных задач, трансфигурация героя. При этом сюжетная функция помощника содержит в себе отрицание семантики потенциальной опасности, какая исходит, к примеру, от врага. В отличие от врага, помощник показывается как непосредственный партнер — с ним можно взаимодействовать, вступать в практические отношения и извлекать из них пользу.

В качестве персонажа-помощника мы в современных российских текстах, принадлежащих журналистскому дискурсу, рассмотрим персонажа «Бог» и отследим, при помощи каких смыслов в текстах СМИ актуализируется дискурсивная практика конструирования этого субъекта. Сразу оговоримся, что мы не анализировали церковно-религиозные тексты, а отбирали публикации, написанные в жанрах газетно-публицистического стиля и опубликованные за последние восемь лет. Мы анализировали онлайн-версии традиционных СМИ (например, «Известия», «Аргументы и факты»), а также интернет-СМИ (например, «Газета. Ру», «Интерфакс»). Кроме того, мы рассматривали тексты,

опубликованные в православных СМИ, как в онлайн-версиях газет («Православная газета»), так и в интернет-СМИ («Православие сегодня», «Ижица»). Качественных различий дискурсивных практик в проанализированных СМИ не выявлено.

Мы решили ограничиться рассмотрением наиболее показательного круга публикаций: большая часть обнаруженных нами текстов была посвящена Богу христианскому (94 % отобранных текстов). Мы не учитывали контексты, в которых использовались фразеологические обороты типа «(не) дай Бог», «спаси Бог (Господи)», «упаси Бог», «Бог не выдаст», «слава Богу», «Бог уберезет» и т. п. [4, 52–53], так как в данных случаях Бог не является персонажем текста.

Обратимся к современному толкованию понятия «Бог». Согласно Толковому словарю под редакцией Ожегова и Шведовой, «Бог — 1. в религии: верховное всемогущее существо, управляющее миром или (при многобожии) одно из таких существ. 2. (Б прописное). В христианстве: триединое божество, творец и всеобщее мировое начало — Бог Отец, Бог Сын и Бог Дух Святой» [4, 52]. По Словарю православной церковной культуры Г. Н. Скларевской: «Бог — Предвечный бессмертный Дух, Всевышний Творец, обладающий могуществом, абсолютным совершенством и абсолютным знанием, сотворивший мир и управляющий им и являющий людям любовь, милосердие и всепрощение; в христианстве Бог троичен: Бог Отец (Саваоф), Бог Сын (Иисус Христос) и Бог Святой Дух» [7, 37]. Итак, в качестве первичной номинации исследуемого персонажа примем существительное «Бог». Отметим при этом, что в рамках монотеистических религий принято писать это существительное как имя собственное — с заглавной буквы [Там же, 37–38].

Несмотря на то, что христианский Бог — существо мистическое, он близок человеку, так как одна из его ипостасей воплощается в человеческом теле. Г. Н. Скларевская в «Словаре православной культуры» пишет: «Бога никто никогда не видел, но Его полностью являет человек Христос. В нем Бог становится видимым. Но это означает, что Он становится и описуемым. Образ Человека Иисуса есть образ Бога, потому что Христос Богочеловек» [Там же]. Принимая, что человеческая ипостась — одна из трех ипостасей Бога, но не сам Бог во всей полноте понятия, мы будем считать имя собственное «Иисус Христос» одной из вторичных номинаций интересующего нас персонажа. В свою очередь, имя «Иисус Христос» имеет свои вторичные номинации: Сын, Богомладенец, Спаситель (Спас), Учитель, Воскресший, Искупитель грехов. Например: *Нападение на поклонный крест в нашем храме произошло в Крестопоклонную неделю, когда все православные прославляют **Искупителя грехов** всего мира Христа **Спасителя*** (Анохин Д., Мага А., Мурзин Е. Испытание нашей веры [Электронный ресурс] // Православные вести. Ижица. URL: <http://www.izhiza.com/index.php/2010-07-12-01-31-16/34-churakof/340-2011-01-17-14-23-52>).

Безусловно, большая часть выделенных нами вторичных номинаций для Иисуса Христа в журналистский дискурс пришли из дискурса религиозного: «Эпитетом И. Х. ... стало слово “Спаситель” (старослав. “Спас”, часто прилагавшееся к языческим богам... а также к обожествленным царям). Оно воспринималось как перевод по смыслу имени “Иисус”, его эквивалент. <...> Близкий

по значению эпитет И. Х. — “Искупитель” — перевод евр. *go'el* (“кровный родич”, “заступник”, “выкупающий из плена”), употребленного уже в Ветхом Завете в применении к Яхве. Эти эпитеты — отражение догматического положения о том, что И. Х., добровольно приняв страдания и смерть, как бы выкупил собою людей из плена и рабства у сил зла, которым они предали себя актом “грехопадения” Адама и Евы» [3, 234].

Кроме того, по отношению к Богу в качестве вторичных номинаций выступают местоимения. Это могут быть личные местоимения в именительном или косвенных падежах, вопросительно-относительные, указательные и другие местоимения, написанные с заглавной буквы:

Находясь у постели этой больной девочки, я почувствовала, что чтобы я ни делала в плане лекарств, технологий, методов и моих медицинских знаний, будет эта девочка жить или не будет, зависит от того, какова воля **Того, Кто** дает жизнь. Роль врачей в том, чтобы служить жизни, данной **Другим** (*Паррavicchini Э. Тайна жизни и смерти, или Почему жизнь бывает такой короткой? [Электронный ресурс] // Православие и мир. URL: <http://www.praemir.ru/taina-zhizni-i-smerti/>*).

Некоторые из выделенных нами вторичных номинаций являются оценочно нейтральными: Иисус Христос, Сын, Господь, Богомладенец; другие — положительно окрашенными: Искупитель грехов, Спаситель (Спас).

Если рассматривать сюжетные функции персонажа, то первой можно выделить функцию «помощник через чудо». В таких текстах Бог посылает (или совершает) чудеса, которые способствуют успеху других персонажей текста или облегчают участь жертвы:

Пусть и с опозданием, хочется от души поблагодарить всех односельчан, кто принимал участие в поисках, кто просто сочувствовал нашему горю, главу администрации Н. А. Симарева, главного специалиста администрации З. М. Старикову, службу спасения МЧС, мужчин из лесных избушек, приютивших сестру. **Еще раз убеждаюсь в Боге, который творит чудеса, никогда не оставит в беде, откликнется на чужое несчастье, всегда придет на помощь** (*Лихачева В. Четыре ночи в холодном лесу [Электронный ресурс] // Знамя. URL: <http://www.arhpress.ru/znamya/2010/10/22/>*).

Вторая сюжетная функция — «помощник через человека». Бог приходит на помощь через людей, которые, подчиняясь Божьему промыслу, оказывают помощь героям текста или способствуют облегчению участи жертвы:

Член молодежного правительства Южной Осетии Майя Зассеева почти со слезами на глазах говорила президенту, как к нему относится весь осетинский народ: **«Вы оказались человеком, через которого Бог спас нашу нацию. Люди вас обожают!»** (*Фаризова С. Никаких обратных ходов быть не может! [Электронный ресурс] // Известия. URL: <http://izvestia.ru/news/351670>*).

В текстах СМИ дискурсивная практика конструирования персонажа «Бог» как помощника может актуализироваться через смыслы: наставник, врачеватель, спаситель, защитник.

1. Защитник. Для актуализации смысла «защитник» необходимо присутствие в публикации образа врага, указания на какую-то опасность. В таких

контекстах Бог помогает персонажам в борьбе с физическим или мистическим врагом.

В качестве физического врага, как правило, выступают враги государства (внешние враги). Пример актуализации дискурсивной практики мы видим в очерке о ветеранах Великой Отечественной войны, ушедших в монастырь и ставших монахами-схимниками:

Уже покидая обитель, я вновь и вновь возвращалась мыслями то к беседе со схимонахами, то вспоминала прочитанную о войне литературу. Выходит, что война действительно отрезвила многих — от простых солдат до верховного командования. Постепенно к людям стало приходить осознание того, что только Божья и ничья другая воля способна **даровать победу русскому оружию**. Кто-то понял это сразу, кто-то по прошествии многих лет, уже после войны, а кто-то, возможно, и не задумывался об этом (*Колисниченко Г. Дорога войны, ведущая в... обитель [Электронный ресурс]. URL: <http://xn--ctbjbgfdbth9btn6d7g.xn--p1ai/archive/2010/galina-kolesnichenko/doroga-vojiny-vedushhaja-v-obitel/>*).

В качестве мистического врага выступают дьявол, Сатана, бесы, темные силы. Но, подчеркнем, в данных контекстах Богу не приписывается функция героя, он не побеждает врага, он только помогает в борьбе, оберегая героя или жертву, или придает им сил. Например, в статье о вызывающей негодование у Русской православной церкви идее превратить Афон в музейный комплекс читаем:

Мы знаем, что **Господь**, Который в нас, **сильнее, чем все внешние силы, которые на нас нападают**. И в нынешнее тяжелое время, мы, святогорцы, должны делать все возможное, чтобы **с помощью Божией одержать победу над темными силами**, которые извне на нас нападают (*Гатилин А. Университеты Господни [Электронный ресурс] // Православная газета. URL: <http://orthodox-newspaper.ru/numbers/at52821>*).

Подобные смыслы читаются и в очерке о жизни Н. Н. Иваненко:

Одна Божественная благодать Всесвятаго Духа, даруемая нам, православным христианам, за божественные заслуги Богочеловека, Господа нашего Иисуса Христа, одна она делает ничтожными **все козни и злоухищрения вражии**. Говоря о кознях **сатанинских**, он (Н. Н. Иваненко. — О. А.) говорил не о том, что вычитал из книг и о чем знал теоретически, а о том, что видел (*Жевахов Н. Раб Божий Николай Николаевич Иваненко [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cofe.ru/blagovest/article.asp?heading=32&article=14462>*).

2. Наставник. Бог помогает через наставления, или учит чему-то героев текста, или предстает в образе учителя. Е. М. Мелетинский в «Мифологическом словаре» так комментирует историю Иисуса Христа: «Как учитель своей аудитории И. Х. в кругу палестинских понятий воспринимается как рабби: так к нему и обращаются. Это особый случай среди рабби, ибо он учит, не пройдя специальной выучки, и притом говорит “как власть имеющий, а не как книжники и фарисеи”. Евангелия чаще всего показывают И. Х. учащим» [3, 235].

Актуализацию смысла «наставник» мы видим в интервью с художником Александром Тихомировым, в котором тот рассказывает, как сильно в его творчестве ему помогает вера в Бога:

Еще Бог **научил** меня почаще стучаться в собственное сердце. Когда работаю, я улыбаюсь, настраиваюсь на позитив, думаю о хорошем, и такими же добрыми мыслями заряжаю свои работы, направленные на добро, гармонию и любовь» (Анохина Н. Александр Тихомиров: *Пишу, словно молитву читаю* [Электронный ресурс]. URL: <http://parkreader.ru/%E2%80%A62E8E3A09-4A80-4BEВ-88С6-419F8В7F1498>).

3. Врачеватель. Бог исцеляет физические и душевные раны героев текста.

— Настраиваюсь на духовную жизнь. **Стоял в храме — стало плохо, когда молось — засыпаю.** Почему так происходит и что делать?

— Надо не сдаваться, надо бороться — это борьба, это брань духовная. Поэтому, наоборот, еще больше усилий нужно применять, чтобы все равно приходиться в храм. Хотя это может быть тяжело, может быть, это искушение вражеское, не дающее человеку стоять в храме до конца или вызывающее какие-то болезни.

Но если пересилить это состояние два-три раза, потом **Господь даст вам исцеление от этого недуга**, и будет легко находиться в храме, ничто не будет болеть (*Ответы архиепископа Викентия на вопросы в прямом эфире телеканала «Союз» и радиостанции «Воскресение»* [Электронный ресурс]. URL: <http://orthodox-newsрaper.ru/numbers/at49264>).

4. Спаситель. Бог спасает героя текста от различных опасностей: вреда здоровью, грехов, отхода от истинного пути, либо спасает душу человека для вечной жизни.

В частности, мы находим эту актуализацию в интервью с воздушной гимнасткой Юлией Волковой, которая во время репетиции вместе с мужем сорвалась из-под купола цирка. В тяжелейшем состоянии артисты были доставлены в Институт Склифосовского.

Конечно, это сила воли, мы мечтали вернуться к прежней жизни. Раз **Бог** нас **спас**, не дал нам умереть, значит, мы должны жить не опуская рук (*Смертельный номер* [Электронный ресурс] // Афиша. URL: <http://afnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=naCdNw2R&qu=34 1&st=0&bi=528&xi=&nd=6&tnd=0&srt=0&f=0>).

Спасать Бог может не только людей, но и материальные ценности:

В апреле 2004 года в Доме-музее П. И. Чайковского случился пожар. Повреждения были незначительные. Пожарные же говорили, что **Бог спас** этот дом, знал, чей он, ведь огонь не попал в мемориальную часть (*Васенина Г. Жизнь в музыке* [Электронный ресурс] // КлубИнфо. URL: <http://afnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=naCdNw2R&qu=341&st=0&bi=5278&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0>).

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что основная сюжетная функция «помощник» для персонажа «Бог» может актуализироваться в текстах СМИ при помощи ключевых смыслов «наставник», «врачеватель», «спаситель», «защитник». Эти смысловые актуализации всегда несут положительную оценку: Бог способствует облегчению участи героя или жертвы.

Необходимо отметить, что в журналистских текстах выделенные нами разновидности помощи со стороны Бога могут сочетаться друг с другом. Например, мы фиксировали сближение ключевых смыслов «врачеватель» и «спаситель через чудо»:

Я к тому времени была крещеная, но в церковь не ходила. Но, когда заболел (онкологией. — О. А.) сын **Игнат**, мне хватило ума понять, что спасение не в гороскопах, а в Боге <...> **Господь послал мне такую пламенную веру, которой, быть может, у меня даже сейчас нет. Я ни на секунду не сомневалась, что Бог исцелит Игната.** Но больше всех верил сам сын. <...> Спустя 10 лет после нашей поездки в монастырь Игнат, будучи студентом музыкального колледжа, давал в филармонии концерт, на который мы пригласили докторов из онкоцентра. Лечащий врач сына Рэйман Садекович, обхватив Игната руками, радостно говорил: **«Это же чудо! Его Бог спас!»** Сейчас сын учится на пятом курсе Московской консерватории (*Позднякова М. История монахини: «Мне открылся Бог, возможность вечности и бессмертия души» [Электронный ресурс] // Аргументы и факты-Казань. URL: <http://www.kazan.aif.ru/society/article/25390>*).

Сближение смыслов «врачеватель» и «защитник (в борьбе с врагом)» мы видим в словах архиепископа Викентия, обращенных к пастве:

И чем больше мы будем очищать свою душу покаянием и исправлением жизни, тем **быстрее мы избавимся от недуга бесовского.** Вот что нужно. Одно дело, когда мы отчитываем — все свершается по молитвам батюшки, и, конечно, Господь помогает; но сам человек еще не готов жить благочестиво. <...> И тогда **Господь поможет и изгонит злого духа**, который мучает человека (*Ответы архиепископа Викентия на вопросы в прямом эфире телеканала «Союз» и радиостанции «Воскресение» [Электронный ресурс] // Православная газета. URL: <http://orthodox-newspaper.ru/numbers/at49276>*).

Сближение смыслов «спаситель» и «защитник» мы наблюдаем в интервью, где речь идет о мифическом Китеж-граде:

Есть две версии китежской легенды, одна более документальна. Первая утверждает, что князь Всеволод, окруженный татарами, начал молиться, и **Бог** погрузил Китеж на дно озера, чтоб **спасти** от армии татар. По второй — наоборот, **утопил за грехи наши**, и пока мы не покаемся, от зверства своего не отступим, Китеж не виден будет, и тропы к нему не сыскать (*Сотникова А. Андрей Смирнов «Никто не плохой — просто все вместе кошмар» [Электронный ресурс] // Афиша. URL: <http://www.afisha.ru/article/smirnov/>*).

В данном контексте слово «спасти» используется в значении «защитить»: «Спасти — Избавить от чего-н. (опасного, страшного)»; «Защитить — 1. Охраняя, оградить от посягательств, от враждебных действий, от опасности». Общая сема «избавить (оградить) от опасного» позволяет использовать в данном контексте эти слова как синонимичные. И еще хотелось бы отметить, что в данном контексте мы видим пример Бога как помощника карающего, способного наказать недостойного героя, как, к примеру, в сказке это делает Золотая рыбка, отбирающая у старика и старухи свои дары.

Итак, Бог как персонаж активно присутствует в публицистических текстах религиозной тематики. Дискурсивная практика конструирования Бога как персонажа-«помощника» может актуализироваться за счет ключевых смыслов «наставник», «врачеватель», «спаситель», «защитник». В текстах СМИ данные смыслы могут присутствовать как по отдельности, так и сочетаясь между собой.

1. Кушнерук С. Л. Образ президента – визитная карточка России: текстовые миры прессы, адерсованной зарубежным читателям // Политическая лингвистика. 2010. № 3 (33). С. 87–92.
2. Литературный энциклопедический словарь / под ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. М., 1987. 751 с.
3. Мифологический словарь / гл. ред. Е. М. Мелетинский. М., 1991. 736 с.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеол. выражений. 4-е изд., доп. М., 2003. 944 с.
5. Пропт В. Я. Морфология <волшебной> сказки; Исторические корни волшебной сказки : собр. тр. / [коммент. Е. М. Мелетинского, А. В. Рафаевой ; сост., науч. ред., текстол. коммент. И. В. Пешкова]. М., 1998. 512 с.
6. Пропт В. Я. Поэтика фольклора. М., 1998. 352 с.
7. Склярёвская Г. Н. Словарь православной церковной культуры. СПб., 2000. 278 с.
8. Фуко М. Археология знания = L'Archeologie du savoir / [пер. с фр. М. Б. Раковой, А. Ю. Серебрянниковой ; вступ. ст. А. С. Колесникова]. СПб., 2004. 415 с.
9. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000. 279 с.
10. Чепкина Э. В., Енина Л. В. Дискурсивные практики журналистики: метод анализа // Стилистика завтрашнего дня : сб. ст. к 80-летию профессора Григория Яковлевича Солганика. М., 2012. С. 291–308.

Статья поступила в редакцию 10.04.2014 г.

УДК 070(510) + 316.772 + 316.75

Л. Цзя

МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКИХ СМИ: ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ СИТУАЦИИ

Ключевые слова: китайские СМИ; модель; медиа; идеология.

Если обобщить «модельный ряд» китайских СМИ, то становится очевидным, что он включает в себя три группы. Первая группа СМИ тесно связана с правительством, поддерживает официальную идеологию и служит реализации правительственных задач. Вторая группа СМИ ориентирована на развитие в условиях рыночных отношений. И, наконец, третья – новые медиа (или, как их принято называть, социальные), эта группа в большей мере, чем две остальные, сориентирована на интересы простых людей и выражает их мнения.

В Китае с 1949 г. началось строительство социализма и формирование СМИ, которые были призваны отражать концепты принятого политического курса. Тогда китайские идеологи многому учились у Советского Союза и, в частности, тому, как сделать медиа инструментами пропаганды. В течение 1966–1978 гг., в период культурной революции, в Китае развивалась тотали-

Цзя Лежун – кандидат филологических наук, доцент Института изучения коммуникаций Университета коммуникаций Китая, г. Пекин (e-mail: jialerong@yandex.ru).

тарная модель СМИ. На практике это определялось тем, что газеты, радиостанции и телевидение жестко контролировались правящей партией во главе с Мао Цзедунем. Это было время полного подчинения китайского общества интересам власти, и СМИ внесли в данный процесс ощутимый вклад. Результат такой политики, реализуемой в том числе посредством СМИ, выразился в трагических последствиях для всего китайского народа.

Ситуация начала меняться с 1978 г., уже после смерти Мао Цзедуня, когда был созван III пленум ЦК КПК (Коммунистической партии Китая) 11-го созыва. На нем было принято решение о переносе интересов партии в экономическую сферу. Одновременно новое руководство страны приняло решение отбросить идею классово-борьбы. Представляется, что именно после этого пленума Китай начал развивать рыночные отношения, «повернулся лицом» к миру.

В области СМИ также обозначились изменения. В конце 1970-х гг. министерство финансов КНР позитивно откликнулось на просьбу «главной» газеты страны «Жэньминь жибао» и других семи изданий о проведении хозяйственного эксперимента. Он сводился к тому, чтобы разрешить китайским СМИ зарабатывать средства на развитии коммерческой деятельности, главным образом посредством привлечения рекламы, ставшей реальностью в новых экономических условиях. Так, в 1979 г. вышли в свет первые объявления в газете «Цзефань жибао», и тогда же на шанхайском телеканале появилась первая телевизионная реклама. Однако в целом содержание СМИ в это время оставалось неизменным: как и раньше они оставались под контролем власти, а медиаинформация служила выполнению государственных задач.

В октябре 1992 г. на XIV съезде КПК партия официально провозгласила курс на строительство «социалистической рыночной экономики», что было принципиально важным решением, существенным образом повлиявшим на развитие китайских СМИ. Это привело к упрочению рыночного механизма в сфере массовой информации и естественному развитию медиапредприятий. Именно тогда в стране появились медиахолдинги.

Собственно, начало 1990-х гг. и оказалось точкой отсчета для развития СМИ, ориентированных на рынок. Несмотря на то, что содержание этих СМИ по-прежнему находилось под контролем правительства (их существование определялось государственной формой собственности), извлечение прибыли стало для них главной целью. Так что сама жизнь подталкивала их к учету интересов аудитории и необходимости формирования журналистского профессионализма. Проблемой существования СМИ стала их коммерциализация – со всеми вытекающими содержательными последствиями, в частности, интересом к скандалам, сенсациям, новостям из жизни «звезд» и другим развлекательным событиям.

Новый этап развития для китайских СМИ наступил на стыке XX и XXI вв., когда мир был вовлечен в процесс формирования информационных технологий. Большинство людей получили возможность публично выразить свои мнения. Интернет в Китае стал самым свободным местом самореализации общественных и личных интересов.

Следует подчеркнуть, что новые медиа для Китая — это нечто большее, чем просто коммуникационные каналы. Блогеры выражают более широкий круг мнений о происходящем в КНР и за ее пределами по сравнению с журналистами традиционных СМИ. Более того, блогерство стало эффективным средством разоблачения правонарушений чиновников, вскрытия фактов коррупции. Интересно, что ряд кампаний, развернутых в Интернете, побудил властные органы стимулировать развитие законодательства в стране.

Можно утверждать, что социальные медиа стали важными средствами выражения мнений и реализации общественной политики в Китае. Интернет проторил путь за рамки официальной идеологии, определил становление гражданского общества. И хотя в Интернете имеет место распространение ложной информации, присутствует порнография, его вклад в становление гражданских отношений в Китае неоспорим.

Правда, и эта сфера не осталась вне внимания со стороны государственных органов. В 2013 г. произошло несколько уголовных преступлений, так или иначе инициируемых новыми медиа, и государственные структуры были вынуждены вмешаться в этот процесс.

На мой взгляд, роль власти в китайской информационной сфере остается уникальной. С одной стороны, именно КПК стимулировала развитие рыночной экономики и, соответственно, экономический и творческий расцвет китайских СМИ, формирование медиаиндустрии. С другой стороны, очевидно, что КПК не готова прекратить контролировать СМИ. Лидеры правящей партии осознают, что именно социалистическая идеология определяет легальность существования нынешней политической системы. Все это тесным образом связано с китайской духовной традицией «не ломать на корню» и современными требованиями к рыночным изменениям.

Статья поступила в редакцию 20.04.2014 г.

СОЦИОЛОГИЯ

УДК 316.462 + 316.33

Г. Е. Зборовский

СОЦИОЛОГИЯ БЕЗ ВЛАСТИ И ВЛАСТЬ БЕЗ СОЦИОЛОГИИ: ВОЗМОЖНО ЛИ ЭТО В РОССИИ?

На материале историко-социологического анализа рассматривается проблема взаимоотношений между отечественной социологией и властью. Показывается, каким образом выстраивались эти отношения на каждом из трех основных этапов развития отечественной социологии. Делается вывод, что, несмотря на взаимное отторжение, социология и власть в России «обречены» быть вместе.

К л ю ч е в ы е с л о в а: отечественная социология; власть в России; историко-социологический анализ; гражданское и негражданское общество; авторитарный и тоталитарный режим; раскол в социологическом сообществе.

Проблема власти всегда была для социологической науки одной из определяющих, причем как для зарубежной, так и отечественной. На каждом этапе развития и той и другой, начиная с XIX в., ни один сколько-нибудь серьезный автор не проходил мимо нее. Для одних социологов власть выступала как объект (либо предмет) исследования, для других она была той субъектной инстанцией, от отношений с которой во многом зависела жизнедеятельность ученого. Обе ипостаси власти — объектная и субъектная — могли переплетаться и иногда даже замыкаться на одном и том же исследователе.

Вместе с тем характер взаимоотношений между социологией и властью существенно различался и продолжает оставаться неодинаковым в разном типе стран. Если в западноевропейских странах и США власть интересует социологов, прежде всего, как объект либо предмет исследования, а непосредственной зависимости от нее в своей деятельности они не ощущают, то в отечественной

ЗБОРОВСКИЙ Гарольд Ефимович — доктор философских наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры социологии и социальных технологий управления Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета (e-mail: garoldzborovsky@gmail.com).

© Зборовский Г. Е., 2014

науке с самых первых шагов ее возникновения в пореформенный период (после 1861 г.) и до наших дней проблема власти является не только и даже не столько теоретической, сколько практической. Основная причина таких различий состоит в том, что уровень автономности и независимости социологической науки от политического климата на Западе неизмеримо выше, чем у нас.

Следует учитывать, что проблема отношений между социологией и властью всегда была и будет одной из центральных в российском/советском/российском обществе, учитывая специфику власти в нем, ее постоянно недемократический характер и слабые перспективы глубоких трансформаций в этой сфере социальной жизни. Об этом свидетельствует вся история развития отечественной социологии, начиная со второй половины XIX в. и вплоть до наших дней.

На разных этапах этой истории рассматриваемые отношения не отличались большим разнообразием, причем преобладали в них черные и серые тона. Говоря о первом, дореволюционном этапе (1861–1917), отметим, что в то время в России существовала дискриминация социологии как науки со стороны царского самодержавия, проявлявшаяся в стремлении воспрепятствовать ее развитию. Царское правительство рассматривало социологию как угрозу правящему режиму, поэтому вполне понятно, что уровень ее институционализации был крайне низким.

Изначальная общественно-политическая, «антивластная» направленность российской социологии, содержащиеся в ней радикальные идеи преобразования общества на справедливых и демократических началах, морально-этическая заостренность публикаций и устных выступлений, антиклерикальный характер многих из них, акцент на проблематику личности, общественного прогресса, социальной справедливости — все это создавало трудности для ее общественного признания и институционализации.

Одна из основных причин таких отношений между социологией и властью в дореволюционной России — тесная связь новой науки с событиями и оценками политической жизни в стране и за рубежом и попытки ряда социологов принять непосредственное участие в политической деятельности, прежде всего, их требования революционного ниспровержения существующего строя. Кстати, именно тесной связью с реальными политическими процессами и действиями отличалась российская социология (по крайней мере, ряд ее представителей, что бросало «тень» на всю науку) от западной, поскольку последняя формировалась в постреволюционных условиях (мы имеем в виду в первую очередь Францию 1830-х гг., страну, ставшую родиной социологии) и не была ориентирована на радикальное преобразование власти. Другими словами, отечественная социология изначально была заметно политизированной наукой.

Крайне сложное отношение к социологии со стороны правящего режима в России проявлялось в различных действиях, непосредственно направленных против ее представителей. Среди этих санкций — увольнения, ссылки, аресты, вынужденная эмиграция и т. п. Многие российские социологи, в том числе и такие крупные и широко известные ученые, как М. М. Ковалевский,

П. Л. Лавров, Н. К. Михайловский. Е. В. де Роберти, сполна испытали на себе «барский гнев», барской же «любви» практически не было.

Некоторые из названных социологов стремились сделать за рубежом то, что не позволялось в России: читать лекции по социологии, пропагандировать эту науку и развивать социологическое образование. Так, в 1901 г. в Париже М. М. Ковалевским и Е. В. де Роберти была открыта Русская высшая школа общественных наук. Обязательным предметом в ней была социология, занятия же вели ведущие российские и западные ученые. В деятельности школы, по существу, отработывалась первая модель российского социологического факультета. Но школа, к сожалению, просуществовала недолго (до 1905 г.) и по требованию царского правительства была закрыта французскими властями. Этот факт лишний раз объясняет отношение правящего режима в дореволюционной России к социологическому образованию, да и в целом к социологической науке, ее развитию и институционализации. Торможение этого процесса является одной из причин ее отставания в России в сравнении с Западом.

В 1908 г. в частном Психоневрологическом институте (во главе с академиком В. М. Бехтеревым) была открыта первая в России кафедра социологии (ее возглавляли сначала М. М. Ковалевский, затем Е. В. де Роберти, позднее — П. А. Сорокин и К. М. Тахтарев). При открытии института министр народного просвещения Шварц заявил на приеме, что социология — это предмет, который компрометирует учебное заведение. Более того, он настоятельно рекомендовал закрыть кафедру и не заниматься социологией. Термин «социология» так и не прижился в дореволюционной России. Чтобы преподавать эту дисциплину в рамках учебного плана и включать ее в программы учебных заведений, для социологии подыскивались слова-заменители.

У российской социологии долгое время не было своих журналов, кафедр и факультетов в университетах, профессиональных сообществ и учреждений. Книги социологов печатались при условии благополучного прохождения ими цензуры. Также при соблюдении этого условия переводились на русский язык и издавались работы зарубежных социологов. Однако если обнаруживалось их «враждебное действие на умы», книги могли быть изъяты и уничтожены. Так, в частности, поступили со вторым томом «Динамической социологии» американского социолога Л. Уорда, сожженным по специальному решению царского правительства, члены которого сочли эту книгу подрывной и враждебной его устоям. Криминалом считался ввоз социологической литературы из-за рубежа, о чем писал М. М. Ковалевский, когда он после длительного пребывания за границей вернулся в Россию в 1905 г. [8, 102].

Говоря о втором этапе отечественной социологии, охватившем большую часть XX в. (1917–1991), следует отметить, что в его границах отношения с властью колебались — от борьбы социологии за свое существование и выживание (до 1930-х гг.) до полного запрета в условиях сталинской диктатуры (1930-е гг. — середина 1950-х гг.) и затем, в период второго рождения (конец 1950-х — конец 1980-х гг.), — до стремления к самоутверждению под жестким контролем партийной власти и партийной цензуры как ее неотъемлемой части.

В связи с этим представляют интерес суждения Б. М. Фирсова о конфронтации двух типов развития социологии в нашей стране в послевоенный период (вплоть до 1980 г.) — естественного и подконтрольного (несвободного, разрешительного, регламентированного сверху). По его мнению, у нас господствовала неестественная форма управления социологией, знаменовавшая собой полную зависимость ученых и администраторов науки от институтов власти, прежде всего партийной и государственной [10, 432].

После революции 1917 г., особенно в конце 1920-х гг., происходит сначала умаление роли и падение значения социологического знания в условиях резко ухудшившейся в экономическом, социальном и политическом отношениях жизни. В начале 1930-х гг. оно становится ненужным, поскольку практически оказывается не в состоянии выдавать черное за белое. Затем на возникшую «объективную ненужность» накладывается антисоциологическая линия борцов за чистоту марксизма-ленинизма, отрицавшая вообще право социологии на существование.

Этим аргументом немедленно воспользовался сталинский режим, которому социология как наука, раскрывающая противоречия общественных процессов широкого социального и конкретного локального характера, была не нужна. Тоталитарная система вполне могла обойтись без их изучения. Более того, социологические исследования вследствие их научной природы и социальных функций становились просто опасными. Социология объявляется буржуазной лженаукой, название науки изымается из употребления на несколько десятилетий. Целое поколение (а то и два) советских людей было лишено всякого представления о социологии, ее сути, особенностях и возможностях.

Что касается самих социологов, то их судьба в тоталитарном обществе оказалась незавидной. Часть из них вынуждена была отойти от профессиональной социологической деятельности и заняться какой-либо иной работой — в соответствии с собственными возможностями и способностями. Другая часть по-прежнему стремилась отстаивать творческий дух любимой науки и правдиво анализировать социальные процессы. Понятно, что судьба этих людей оказалась поистине трагичной. «Каток тоталитаризма прокатился по личным судьбам многих отечественных социологов, по самой науке в целом, по ее контактам с другими национальными ветвями знания» [1, 52].

Трагичной оказалась судьба не только многих людей, но и целых научных коллективов, институтов, которые оказались разгромленными. В этом отношении представляет интерес интервью, которое дала академик Т. И. Заславская журналу «Огонек». В нем она приводит воспоминания своих коллег о том, как реально происходило уничтожение экономической и социологической науки: «В 1930-х годах в Академии наук СССР существовал то ли один институт аграрных проблем (точное название не помню), то ли даже два института аграрного профиля. И вот однажды, в 1934 или 1935 году, сотрудники, как обычно, пришли на работу, а войти в институт не смогли. На дверях было объявление о том, что в течение ближайших двух-трех дней институт будет закрыт на профилактику или срочный ремонт, и сотрудников просят работать

дома. В назначенный срок двери оказались открыты, люди прошли к своим рабочим местам и обнаружили... пустые столы и шкафы. Все до последнего листка бумаги было изъято: собранная в экспедициях первичная информация, социологические анкеты, данные их разработки, находившиеся в работе отчеты, статьи, диссертации.

Не правда ли, сильная акция? Это ведь был целый научный институт, причем достаточно яркий и творческий. И так, в один миг он был раздавлен. А потом социология превратилась в «буржуазную» науку и была, как и все общественные науки, превращена в сферу схоластики, цитатничества и догматизма» [5, 6].

По нашему мнению, отечественной социологии на протяжении всей истории ее становления и развития на власть, как правило, не везло. За полтора века существования социологии в России можно найти не более 15 лет (10 % от всего этого времени), когда власть не «дергала», на «напрягала» социологию, давала ей относительно спокойно работать. Это первые послереволюционные годы (1917–1920) и десятилетие 1990-х, т. е. незначительные интервалы времени, когда авторитарные и тоталитарные режимы или отсутствовали, или не ощущали серьезной угрозы со стороны социологической науки и практики. Во все остальное время либо оказывалось политическое и идеологическое давление на социологию, либо накладывались прямые и косвенные запреты на занятия ею и осуществление социологического образования, либо вводились ограничения на издательскую деятельность и публикации книг, статей и методических материалов, либо все это вместе взятое. К перечисленному следует добавить жесткую цензуру.

Могла ли быть иной позиция власти в отношении социологии в условиях тоталитарного либо авторитарного режима? Ответ на поставленный вопрос носит скорее риторический характер: конечно, нет. По нашему мнению, в основе такой позиции власти и той официальной идеологии, которой она (власть) придерживалась (зачастую придерживается и сейчас) относительно социологии, лежит боязнь, страх, испуг, связанный с обладанием последней интеллектуальным, культурным, научным и символическим капиталом.

Далее остановимся на некоторых аспектах отношений между властью и социологией в рамках периода ее второго рождения, развития, а затем застоя (конец 1950-х гг. — 1980-е гг.). Наряду с глубоко позитивными явлениями, свидетельствовавшими о развитии отечественной социологии, в этот период появились и достаточно угрожающие симптомы партийно-идеологического нажима, давления и наступления реакции. Первые удары были нанесены по Институту конкретных социальных исследований (ИКСИ), который представлялся партийным органам (самых разных уровней) эдаким рассадником либерализма и чужеродных марксизму и социализму идей.

Еще одной причиной идеологического наступления партократии явился назревавший конфликт между ИКСИ (в виде отчетов научных сотрудников об исследованиях и публикаций их результатов) и ведомствами, курирующими социальную сферу под руководством КПСС. Последние сигнализировали о полном благополучии и прогрессе в названной сфере, тогда как данные

социологов свидетельствовали об обратном. Наконец, нельзя не добавить такую причину, как события в Чехословакии 1968 г., и очень неоднозначную реакцию на них среди интеллектуального «бомонда», в том числе и социологического.

Поводом для наступления на ИКСИ и в целом на социологическую науку явилась публикация «Лекций по социологии» Ю. А. Левады в 1969 г. Небольшое ротاپринтное издание тиражом 980 экземпляров (в двух частях) представляло собой конспективное изложение лекций, которые он читал для студентов факультета журналистики МГУ в течение нескольких лет. По существу, это был едва ли не первый (или один из первых) публично прочитанный лекционный курс по дисциплине, которая не была конституирована в вузе и по которой, совершенно очевидно, не было ни учебников, ни учебных пособий. Курс читался как факультативный и пользовался большим успехом у студентов. На лекции ходили не только будущие журналисты, но и студенты других факультетов, причем многие из простого любопытства, для того чтобы узнать, что это такое — социология.

Совершенно очевидно, что в условиях отсутствия отечественной учебной литературы по социологии Ю. А. Левада использовал материалы зарубежных социологических изданий, чем навлек гнев философской партократии (ее интересы тогда представляли в первую очередь академики Ф. В. Константинов и П. Н. Федосеев). Но дело было не только в «некритическом» использовании зарубежной социологии. От «Лекций...» веяло духом социологического свободомыслия, а это уже становилось слишком опасным. Кроме того, книга была абсолютно не «истматовской». Обсуждение и осуждение Ю. А. Левады было бурным, показало, в числе прочих вещей, наличие раскола среди социологов, одни из которых поддержали автора курса лекций (явно и неявно), другие — осудили, третьи предпочли отмолчаться. В результате ученого «примерно» наказали, объявив ему по партийной линии строгий выбор с занесением в учетную карточку, сняв с работы, освободив от должности секретаря парторганизации, которую он занимал в ИКСИ, и лишив права читать лекции в качестве профессора в МГУ.

Вслед за книгой Ю. А. Левады резкой критике подверглась еще одна социологическая работа, вышедшая в 1970 г. под редакцией и со вступительной статьей Г. В. Осипова, — «Моделирование социальных процессов». В ней доказывалась необходимость признания самостоятельности социологии как науки. Осуждение было не столь громким, как предшествующее, но явилось непосредственным поводом для фронтальной проверки работы ИКСИ мощной партийной комиссией с четкой установкой — разгромить очаг социологического свободомыслия и либерализма и снять с работы главного социологического «либерала» — директора института академика А. М. Румянцева. За короткий промежуток времени — 2 месяца — цель была достигнута.

В мае 1972 г. А. М. Румянцев был отстранен от руководства институтом. Должность директора занял приглашенный из Свердловска М. Н. Руткевич. Изменилось название института: вместо ИКСИ появился ИСИ (Институт социологических исследований АН СССР). Были освобождены от работы либо

увольнились по собственному желанию (в силу невозможности сотрудничать с новым руководством) ведущие ученые института Ф. М. Бурлацкий, Б. А. Грушин, И. С. Кон, Н. И. Лапин, Ю. А. Левада, В. С. Ольшанский, В. Н. Шубкин, А. А. Ядов и др. Произошла реорганизация института, ряд научных подразделений был упразднен. Изменилась научная проблематика исследований. В институте стало невозможно публиковать работы. Было запрещено издание «Информационного бюллетеня Советской социологической ассоциации». Так закончился период второго рождения отечественной социологии и наступил, по образному выражению известного советского ученого В. Э. Шляпентоха (эмигрировавшего в США в 1979 г.), «век серости», который продолжался вплоть до второй половины 1980-х гг. Завершилась «оттепель» и наступило «социологическое похолодание».

Значительно активизировалась деятельность пропагандистского аппарата и цензуры. Социология как отдельная от официальной идеологии наука уже просто не могла существовать. Как доказывает А. Ф. Филиппов в статье с симптоматичным названием «Советская социология как полицейская наука», она оказалась включенной в сугубо идеологическое производство и стала обслуживать нужды полицейского государства [9].

Разгул цензуры превратился в прямое вмешательство в процесс создания социологического знания. Дело дошло до того, что появление в анкете вопросов о причинах пьянства (алкоголизма), девиантного и делинквентного (отклоняющегося и преступного) поведения, добрачных сексуальных отношений и т. д. автоматически вело к запрету на ее тиражирование и использование — на том основании, что при социализме таких социальных проблем вообще нет. Чего стоил лишь один аргумент партийных идеологов в споре с социологами по вопросу о необходимости изучения сексуальных отношений: они утверждали, что при социализме секса нет, есть лишь любовь, которую-де и нужно изучать, секс же существует только на враждебном нам Западе.

«Социологическое похолодание» проявилось и в дальнейшем отторжении социологии от власти. Вообще примеров такого отторжения можно найти более чем достаточно в истории отечественной науки — и на ранних, и на поздних этапах ее развития. Рассмотрим лишь один, но очень красноречивый и показательный пример. Речь пойдет о концепции выхода советской экономики из состояния застоя, предложенной в 1983 г. уже упомянутой выше Т. И. Заславской, известным отечественным ученым-социологом, и получившей впоследствии название «Новосибирского манифеста» [см. подробнее о нем: 10, 301–304]. Проанализировав глубокий кризис в отечественной экономике, возникший на основе фундаментального противоречия между производственными отношениями и производительными силами советского социалистического общества, вскрыв тормозящую роль первых, Т. И. Заславская пришла к выводу о необходимости качественного преобразования всей системы управления экономикой, изменения системы стимулирования труда, повышения его мотивации. Т. И. Заславская, по существу, бросила власть имущим — руководству КПСС и Советского государства социологический «спасательный круг», предложив им использовать вскрытые ею ресурсы саморазвития социально-

экономической системы. Суть этой концепции состояла в том, чтобы создать реальный интерес у людей к своему труду. Однако власть не захотела воспользоваться новой социально-экономической технологией, отвергла предложение социологов. Результат для власти оказался печальным: глубокий экономический, а затем и не менее глубокий политический кризис «смел» ее. Не случайно «Новосибирский манифест» Т. И. Заславской считают теоретической основой перестройки.

Именно перестройка — и реальных общественных отношений, и процессов в развитии науки — создала предпосылки для перехода к третьему этапу развития отечественной социологии (с 1991 г. до наших дней). В новых условиях демократизации политических процессов, происходившей институционализации социологии и существования ее в качестве независимой, автономной, самодостаточной науки удалось добиться свободы и возможности работать в рамках понимания своих собственных научно-практических проблем. Решение этой задачи произошло в 1990-е гг. Конечно, главную роль в данном процессе сыграли запрет КПСС в 1991 г., отмена цензуры и широкая демократизация общественно-политической жизни в стране.

Однако в последние десять лет социология вновь стала ощущать усиливающееся давление, иногда прямое, чаще косвенное. Сегодня имеются достаточные основания говорить об ужесточении идеологического режима в стране. Один за другим следуют призывы (идущие от президента) к усилению консервативных традиций в России. Закрываются телевизионные каналы либеральной направленности («Дождь»), снимаются с репертуара театральные спектакли, выносятся предупреждения ряду СМИ, отменяются гастроли зарубежных коллективов. Вводятся элементы цензуры, подчас достаточно серьезные, в работу сети Интернет. Преследуются и увольняются ученые, выступающие с критикой политики властей, особенно в связи с событиями на Украине и в Крыму. Причем речь идет не только о столичных ученых и преподавателях (увольнение профессора А. Зубова из МГИМО), но и работающих на периферии. В конце марта 2014 г. уволили заведующего кафедрой социологии Сахалинского университета Александра Конькова из-за его точки зрения на присоединение Крыма к России. Как говорится на сайте Sahn.com, формально вуз отказался продлевать контракт с Коньковым, проработавшим там 25 лет. В одном из своих выступлений профессор сетовал на массивную государственную пропаганду в СМИ и предположил, что крымский референдум можно было провести не в столь короткие сроки [4]. Отдельные представители либеральной интеллигенции начинают поговаривать о переходе к цензуре.

Это не может не сказываться и на процессах, происходящих в социологической науке. Именно в таком ключе следует расценивать появившуюся в ней линию на сотрудничество с православной церковью и объявление идеологическими устоями современной социологии православия, самодержавия и народности [3]. В отдельных случаях давление на социологию приобретает довольно грубые формы, как это имело место в 2013 г. в отношении Левады-центра, от которого потребовали признать себя «иностранным агентом» в соответствии с печально известным законом о некоммерческих организаци-

ях. Замечание было сделано даже оплоту научной социологии в нашей стране — Институту социологии РАН.

Попробуем объяснить, с чем связано такое отношение власти к социологии в наше время. Дело в том, что социология оказалась способной вскрывать на каждом этапе своего развития ресурс трансформации общества на пути радикальных изменений его социальных институтов, чего власть опасалась и продолжает опасаться больше всего. В отличие от недемократической власти, неспособной к рациональному осмыслению социальных проблем (ей это до поры до времени просто не нужно), социология может его осуществлять, делая при этом далеко идущие выводы.

В этом смысле социология способна превратиться в своеобразную форму самопознания общества и вооружить людей «опасным» для власти знанием общественной жизни (включая знание механизма властвования и навязывания обывателям определенной идеологии, стереотипов повседневной жизнедеятельности, уводящих от сферы активных действий). Именно этому и готовы препятствовать властные структуры на всех этапах возникновения и развития социологии в России.

Историко-социологический анализ поставленной проблемы за последние полтора столетия показывает, что социология в принципе не нужна российской власти — ни во время появления этой науки на свет, ни сейчас. В чем-то она становится даже опасной для властных структур, особенно когда публикует результаты исследований, ставящих под глубокое сомнение справедливость и целесообразность социального и политического курса руководства страны. Когда власть не проявляет интереса к науке, которая способна дать объективный анализ происходящего в обществе, боится этого анализа, становится очевидным и понятным ее нежелание взаимодействовать с такой наукой, стремление как можно дальше «отодвигать» от себя социологию.

Влияние правящего режима на социологию сказывается в стремлении людей, обладающих формальной властью в этой науке (директора исследовательских институтов, ректоры некоторых вузов, деканы крупнейших факультетов и т. д.), выстроить свою «вертикаль» или хотя бы скооперироваться для того, чтобы навязать всему социологическому сообществу их понимание места и роли социологии в современном обществе. Ситуация в МГУ, РГСУ (Российском государственном социальном университете), Институте социально-политических исследований (ИСПИ РАН) последних лет — лучшее тому доказательство. Это стремление привело к расколу в самом профессиональном сообществе, который приобрел различные формы (несколько организационных структур, в каждую из которых входят «расколовшиеся» социологи, проведение автономных, иногда даже параллельных конгрессов и конференций, публикации в различных по направленности и характеру изданиях и т. д.).

За этим расколом, несомненно, стоит стремление отдельных лиц к узурпации власти в социологии, причем на самых разных уровнях, и не только в центре, но и на местах. Не миновала эта участь и Екатеринбург, где раскол в диссертационном совете стал, к сожалению, реальностью, которая может иметь

далеко идущие негативные последствия для социологического сообщества. Гипертрофированное властолюбие в социологии — вещь чрезвычайно опасная, оно и становится одним из источников раскола, хотя подлинные его причины лежат гораздо глубже, в мировоззренческих и методологических проблемах. Навязывание какого-то одного мнения — вещь чрезвычайно пагубная в науке, особенно в такой как социология. Мы это уже проходили.

Говоря об оптимистических перспективах социологии в России, хотелось бы выделить следующее. Если авторитарный режим в нашей стране сменится иным (не авторитарным, и тем более не тоталитарным), то у социологии есть шанс стать частью гражданского общества. Таков один из маловероятных в ближайшей перспективе сценариев ее развития. Сегодня она стремится быть независимой и автономной от власти наукой только на небольшой части социологического пространства. Его расширение — равнодействующая целого ряда сил и факторов.

Среди них большую роль играет субъективная позиция самих социологов, уровень и степень их отстраненности/приближенности к решению тех или иных социальных (политических) задач. Немаловажной является солидарность профессионального сообщества социологов и его поддержка тех, кто стремится занять подлинно научную, независимую и автономную от власти позицию. При этом, конечно, существует опасность, что научные взгляды и соответствующая им практическая деятельность могут быть приравнены властными структурами к политической. Но, как говорится, «волков бояться — в лес не ходить».

Понятно, что социолог сам выбирает для себя поле применения сил. В развитии современной социологии есть целый ряд направлений и проблем, напрямую не связанных с ее отношениями с властью. Но рано или поздно исследователю придется выходить на острейшие проблемы общественной жизни, иначе он будет просто невостребованным.

Сегодня в России можно говорить о двух типах социологии — в зависимости от того сегмента, в котором работают представители каждого из них. Один сегмент — это гражданское общество, второй — негражданское общество [подробнее об этом см.: 6, 61–62]. Вначале коротко определим каждый из этих сегментов общества, а затем — соответствующие им типы социологии.

Гражданское общество — это важнейший сегмент общественной жизни, выступающий сферой реализации (самореализации), самопроявления свободных граждан и добровольно сформировавшихся объединений, организаций и ассоциаций, независимых от прямого вмешательства и произвольной регламентации со стороны органов государственной власти. Основными чертами гражданского общества являются неполитический характер деятельности его структур, альтернативность по отношению к политической (государственной) системе. Задачи гражданского общества состоят, прежде всего, в создании условий для выражения социальной активности значительной части населения, решении многочисленных социальных проблем в его интересах, прежде всего обеспечения прав и свобод каждого конкретного человека. Отсюда следует, что одна из центральных проблем гражданского общества — взаи-

модействие с государственной властью в интересах реализации его основных задач и поиск путей оптимизации этого взаимодействия.

Гражданское общество, по нашему мнению, — это многообразные формы связей, объединений, структур, ассоциаций людей, совокупность (взаимосвязь) независимых от государства социальных общностей (в том числе некоммерческих организаций, различных партий, движений и т. д.), не включающих отношения господства и подчинения и не являющихся пассивным и молчаливым объектом управления и манипулирования со стороны власти [7, 157].

Отсутствие сегмента гражданского общества (или слабый уровень его развития) означает существование противоположного ему значительного сегмента негражданского общества. В отличие от гражданского общества, понятие негражданского общества не является общепринятым, устоявшимся. Дадим его краткую характеристику и используем для этого принцип «*definitio per negatio*» (определение через отрицание).

Отметим, что негражданское общество может выступать в двух основных разновидностях. Это общество, характеризующееся либо (первая разновидность) отсутствием (крайне слабым уровнем развития) форм связей, объединений, структур, ассоциаций людей, независимых от государства социальных общностей (в том числе некоммерческих организаций, различных партий, движений и т. д.), либо (вторая разновидность) наличием таковых, но при этом испытывающих прямое вмешательство и жесткую регламентацию, а также попытки управления и манипулирования со стороны органов государственной власти [6, 62]. Примером негражданского общества второго типа как раз и выступает Россия 2010-х гг.

Социология гражданского общества должна создавать, по нашему мнению, знание о реальных путях формирования гражданского общества, правового государства и демократического режима власти, которые будут обеспечивать, реализовывать интересы членов этого общества. Такая трансформация социологического знания невозможна сама по себе, без изменения характера социальных процессов, происходящих в стране. Только направленность этих процессов против господства авторитарного режима в условиях полицейского государства способна создать предпосылки для нового вектора социологии и ее соответствующего использования, что может стать, в свою очередь, важным фактором социальных перемен.

Социология негражданского общества имеет иной вектор развития — в сторону сотрудничества с авторитарной властью, выполнения ее социального заказа, превращения науки в элемент государственного истеблишмента под видом ее включения в систему научного управления обществом. Социология негражданского общества представлена исследованиями, дезавуирующими критическую функцию социологии как науки. Между тем говорить о подлинно научной социологии вне этой функции практически невозможно. Различия между социологиями гражданского и негражданского общества проходят по линии разграничения того, что есть реальная социология и что выступает как ее имитация.

По справедливому утверждению Л. Д. Гудкова, многие ученые сохраняют инерцию государственного отношения к науке, стремясь, как и прежде,

первоочередно обслуживать интересы властных структур, что сильно влияет на отбор проблем для исследований и их интерпретацию. Для того чтобы эти проблемы получили нужную дискурсивную форму и ранг «научности», их приходится переводить на язык «озабоченной государственной власти». Независимо от предметной сферы исследований подавлены или бездействуют такие механизмы автономной самоорганизации науки, как имманентная (теоретическая и методологическая) критика, самоанализ ценностных оснований познавательной деятельности, профессиональная полемика, саморецензирование, конкуренция за признание качества научной работы, моральное вознаграждение научной среды за авторитетность и порядочность ученого и исследователя [2, 35–36].

А теперь вновь обратимся к вопросу, поставленному в названии статьи: могут ли обойтись друг без друга социология и власть? Подводя итог и отвечая коротко, следует сказать: скорее всего, нет. Но проблема, видимо, в ином: как социологии и власти научиться быть вместе, живя врозь? Единого рецепта решения этой проблемы, по всей видимости, нет. Для начала нужно понять и свыкнуться с тем, что обе они обречены друг на друга. А коль скоро это так, коль скоро перед каждой из них стоят свои задачи, успешное решение которых хотя бы в определенной, пусть даже в незначительной степени зависит от другой стороны, нужно искать точки соприкосновения. Нам кажется, что, прежде всего, это должна сделать власть — она сильнее, в ее руках сегодня все то, чего нет у социологии. И первым шагом на этом пути был бы отказ власти рассматривать научную деятельность социологов как политическую.

1. *Голосенко И. А., Козловский В. В.* История русской социологии XIX–XX вв. М., 1995.
2. *Гудков Л. Д.* О ценностных основаниях и внутренних ориентирах общественных наук // Пути России: проблемы социального познания. М., 2006.
3. *Добреньков В. И.* Ценностные ориентиры современной социологии // Социол. исслед. 2009. № 8. С. 108–115.
4. Заведующего кафедрой социологии Сахалинского госуниверситета Александра Конькова уволили из вуза [Электронный ресурс]. URL: <http://echo.msk.ru/news/1283484-echo.html> (дата обращения: 25.03.2014).
5. *Заславская Т. И.* Народ безмолвствует? // Огонек. 1988. № 41. С. 6–7.
6. *Зборовский Г. Е.* Социология в негражданском обществе // Социология: современность и перспективы : сб. науч. ст. / ред.-сост. Г. Е. Зборовский. Екатеринбург, 2013. С. 56–67.
7. *Зборовский Г. Е.* Публичная социология в регионе // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 2. С. 153–159.
8. *Ковалевский М. М.* Социология на Западе и в России // Социология в России XIX — начала XX веков. Вып. 1. М., 1997. С. 101–107.
9. *Филитов А. Ф.* Советская социология как полицейская наука [Электронный ресурс] // Новое лит. обозрение. 2013. № 123 (5). С. 48–63. URL: <http://www.nlobooks.ru/node/3973> (дата обращения: 28.03.2014).
10. *Фирсов Б. М.* История советской социологии: 1950–1980-е гг. СПб., 2012.

Статья поступила в редакцию 10.04.2014 г.

АВАНГАРДНЫЕ ОБЩНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕМПОРАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ ПОВЕДЕНИЯ*

Рассматривается понятие авангардной социальной общности. Определены признаки авангардных социальных общностей и их социальные функции. На основе данных социологических исследований выделены авангардные общности современного российского общества, обосновано отнесение их к социальному авангарду. Темпоральные стратегии поведения данных общностей показаны как ключевые признаки авангардности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: темпоральные стратегии поведения; авангардные социальные общности; бизнес-сообщество; фрилансеры; волонтеры; инженеры.

Разработка теоретико-методологических оснований социологического исследования темпоральных стратегий поведения городских социальных общностей требует обращения к феномену авангардных общностей, формирование и развитие которых стимулируется специфическими факторами городской среды. Мы предполагаем, что одним из ресурсов, обеспечивающих инновационность и вариативность поведения представителей данных социальных общностей, является имеющееся в их распоряжении время, а также способность и способы управления им в условиях нелинейной реальности. В процессе теоретического анализа понятия, признаков, функций авангардных общностей и последующего анализа данных конкретных социологических исследований, касающихся некоторых из них, мы обратим внимание на темпоральные аспекты их «авангардного потенциала», зафиксированные российскими исследователями. Это послужит основой более глубокого эмпирического изучения особенностей темпоральных стратегий поведения авангардных социальных общностей, их видов и механизмов формирования.

Обратимся к понятию и основным чертам авангардных социальных общностей. Социальные трансформации и переходы не совершаются по мановению волшебной палочки невидимого фокусника. Они материализуются в действиях и взаимодействиях людей, которые сознательно или неосознанно стремятся преодолеть жизненные трудности способами, не характерными для поведения и жизнедеятельности большинства людей. В истории науки эти люди получали различные имена: пассионарии (Л. Н. Гумилев), Сверхчеловек (Ф. Ницше, В. Соловьев), прогрессисты, передовые отряды, «новые люди» (Н. Г. Чернышевский) и т. д. Не менее значимой и актуальной проблема

* Статья подготовлена в рамках гранта РГНФ № 14-03-00072 «Нелинейная динамика социального времени в зеркале темпоральных стратегий поведения городских социальных общностей».

передовых, или авангардных, общностей является и для современной социологии, поскольку ее изучение дает ответ на вопрос о том, каковы социальные ресурсы и механизмы преодоления трансформационного кризиса в российском обществе.

В современной социологической литературе встречается ряд синонимичных понятий: авангардные общности, «локомотивные» группы, инновационные, опережающие общности, модернизационный класс, «поколение-XXI» и др., что свидетельствует о формировании интереса к особому типу социальных общностей, выделяющихся на фоне других социальных групп и общностей специфическими образом жизни, поведенческими стратегиями, ценностными установками и формами взаимодействия. Описывая социальный портрет этих социальных общностей, анализируя различные аспекты их жизнедеятельности, авторы не рассматривают само понятие авангардной общности, что тем не менее необходимо для выделения и эмпирической фиксации их универсальных характеристик и представленности в структуре общества. Поскольку наша работа посвящена изучению темпоральных стратегий поведения нескольких социальных общностей, причисляемых к социальному авангарду, попробуем определить его сущностные черты и функции и выйти через это на определенные понятия авангардной общности.

На наш взгляд, изучаемые социальные общности отличаются как минимум пятью характеристиками:

1. Ценностные ориентации и установки авангардной общности соответствуют нарождающимся тенденциям социокультурных изменений в обществе. Иначе говоря, ценностный мир данной общности — это мир не общепризнанных, а новых и потому не проникших пока в массовое сознание ценностей и представлений.

2. Представители авангардных общностей продуцируют принципиально новые модели и стратегии поведения, социального взаимодействия, которые являются более конструктивными способами преодоления противоречий и проблем, чем те, которые уже существуют в обществе. Доминантой их мышления и сознания является креативность, а поведение характеризуется вариативностью.

3. Авангардные общности — это общности социальных рисков. Инновационность их мышления, реагирования, поведения сама по себе несет риск в силу ее неотработанности, нестандартизованности, неочевидности последствий. Жизненное пространство авангардных общностей также рискогенно, так как сферы их деятельности зачастую не охвачены (или охвачены не в полной мере) нормами права, общественной морали или традициями.

4. Деятельность авангардных общностей направлена на преодоление вызовов современности. Она разворачивается вокруг проблем, «болевых точек», с которыми не могут справиться традиционные социальные институты и общности, не обладающие необходимыми для этого ресурсами и пониманием сущности проблем и возможных путей их преодоления.

5. Отличительной чертой авангардных групп является самостоятельность, отсутствие патерналистских и иждивенческих установок, готовность идти на

риск и жить в условиях высокой неопределенности. Последнее означает наличие у представителей данных общностей инновационного социально-психологического потенциала в виде специфических способностей, знаний, умений, навыков, которые повышают стрессоустойчивость, работоспособность, мобильность.

Благодаря своим отличительным чертам авангардные общности играют особую роль в функционировании и развитии общества. Эта роль реализуется в нескольких социальных функциях.

Первая — *инновационная* — заключается в создании и апробации новых социальных норм, моделей, образцов поведения и деятельности. Вторая функция — *мобилизационная* — проявляется в консолидации интеллектуальных, образовательных, профессиональных, физических и иных ресурсов, направляемых для разрешения социально острых, а главное — новых, неизвестных ранее противоречий. Третья функция — *стратификационная* — связана с изменением структуры общества в целом и внутренним переструктурированием тех социальных общностей, в рамках которых вызревают и проявляются авангардные слои. Авангардные общности являются носителями новых социальных свойств и качеств, которые становятся ресурсами для социальной мобильности и доминирования.

Четвертая функция — *адаптационная* — проявляется в поиске таких форм и методов жизнедеятельности, которые позволяют обеспечить физическое, социальное, психологическое благополучие не только самих представителей авангардных общностей, но и тех слоев населения, на которые направлена их активность. Авангард первым сталкивается с новыми вызовами и рисками, первым принимает на себя их «удары», учится жить с ними и вырабатывать способы минимизации их деструктивных последствий.

Таким образом, *авангардные социальные общности выступают особым типом объединения индивидов, в основе которого лежит взаимосвязь интересов, потребностей, образа жизни и деятельности, ориентированных на выработку и реализацию принципиально новых (инновационных) моделей и стратегий поведения как универсальных способов решения жизненных проблем и достижения целей в условиях высокой неопределенности.*

Вопрос о сущности авангардных общностей носит не только теоретический, но и практический смысл: какие конкретно социальные общности (или слои отдельных общностей) в современном российском обществе можно назвать авангардными; какова их представленность в социальной структуре общества в целом или какова доля авангардных слоев в структуре конкретных социальных общностей?

На основе анализа данных социологических исследований попробуем обозначить авангардные социальные общности и определить их особенности. Мы исходим из того методологического основания, что к авангардным общностям относятся те, которые по своим характеристикам соответствуют вызовам современности и в своем поведении первыми формируют и реализуют такие стратегии поведения, которые позволяют конструктивно, эффективно и по-новому решать проблемы современности, имеющие разноплановый характер.

Один из подходов к выделению авангардных общностей можно построить, учитывая характер встроенности общности в процесс социально-экономической модернизации. В рамках данного подхода исследователи относят к авангарду некоторые слои делового сообщества. Так, по мнению М. А. Шабановой, в бизнес-сообществе за последнее десятилетие сформировалась и стала весьма заметной частью относительно молодых, образованных и преуспевших предпринимателей и менеджеров [25]. В качестве признака отнесения их к модернизационной общности исследователем использованы модели поведения: инновационные (в противовес традиционным), правовые (в противовес противоправным), индивидуальные (в противовес коллективным).

Результаты исследования показывают, что данную общность отличает высокий профессионально-должностной и социально-экономический статус, высокая самооценка и удовлетворенность достигнутыми статусными позициями¹. М. А. Шабанова относит ее представителей к ядру среднего класса либо выше его.

Обозначенная общность отличается способностью к ведению инновационного бизнеса. Основой ее делового успеха в настоящем и будущем служат непрерывно наращиваемый профессионально-деловой потенциал, солидный стаж работы в бизнесе², высокий уровень бизнес-образования и установка на дальнейшее его развитие.

Для нас данный исследовательский проект содержит чрезвычайно важные сведения об определенных слоях бизнес-сообщества как авангардной его части, и не только из-за социальных характеристик данной общности. Автор подчеркивает, что модернизационный прорыв, осуществляемый данной общностью, происходит благодаря не коллективным, а *индивидуальным* стратегиям. Мы предполагаем, что это же касается и темпоральных стратегий поведения. Они индивидуальные, разнообразны по «сценарию» исполнения, хотя в их основе лежит единое понимание и ощущение времени как фактора успеха, его позитивное переживание и активное использование в качестве ресурса профессиональной деятельности.

Данные, полученные М. А. Шабановой, подтверждаются результатами опроса, проведенного ФОМ в 2009 г.³ Согласно им, качественно отличается от остального населения России, в том числе и старшего поколения бизнесменов, группа молодых предпринимателей (18–30 лет), составляющих примерно четверть от числа предпринимателей и бизнесменов в России. Они отличаются ярко выраженной установкой на использование собственных сил в решении материальных проблем (примерно 70 % надеются только на себя), готовностью к профессиональной мобильности (к смене профессии, работы). Среди них больше тех, кто имеют установки на инновационность и позитивное восприятие

¹ 50 % респондентов — генеральные директора, директора, их заместители, руководители филиалов, прочие топ-менеджеры, 39 % — руководители подразделений, функциональные менеджеры.

² Средний возраст респондентов — 34,4 года, 61 % — не старше 35 лет, 83% — не старше 40 лет; средний стаж работы в бизнесе — 9,8 лет.

³ ГеоРейтинг, 3–17 июня 2009 г.; 68 регионов России, 34 тыс. респондентов, 1930 населенных пунктов.

изменений, перемен (42 % в группе 18–30-летних и 36 % в группе старше 30 лет против 29 % в среде российской молодежи от 18 до 30 лет в целом) [10].

По мнению исследователей ФОМ, сформировалось новое поколение деловых людей, которые оптимистично смотрят в будущее, на кризисы отвечают повышением активности, используют при этом потенциал инновационности, креативности, стремления к свободе и независимости [11, 6].

Особое положение в структуре бизнес-сообщества занимают фрилансеры. Они представляют собой авангардную социальную общность, рост численности и качественное развитие которой характеризуют процесс становления информационного общества и инновационной экономики. Принадлежность к данной социальной общности, возможности вхождения в нее определяются наличием человеческого и социального капитала, включающего не только узкопрофессиональные знания и умения, коммуникативные компетенции, социальные связи, способность к риску и ответственности, навыки самообразования и самоменеджмента, но и специфические ресурсы времени и способность выстраивать адекватные темпоральные стратегии поведения. Само определение фрилансера содержит упоминание фактора времени: фрилансер — это работник, выполняющий в условиях свободной занятости перечень задач без заключения долговременного договора и способный оказывать услуги одновременно нескольким заказчикам [1].

К появлению и развитию фрилансерства не только в России, но и во всем мире привели два фактора: социально-экономические трансформации и развитие информационно-коммуникативных технологий. Экономические предпосылки появления форм гибкой и удаленной занятости (так называемой флексибилитации экономики) хорошо описаны в литературе [3, 6, 17–19, 22, 24]. К ним относится прежде всего необходимость альтернативных форм труда, выгодных как работодателю, так и самим работникам, при которых важны не закрепленность работника за определенной обезличенной позицией в структуре организации, а использование его уникальных личностных особенностей и способностей. С одной стороны, работник получает работу и определенную свободу от «офиса», жесткого графика работы и предписанности должностных обязанностей, стесняющих свободу человека во всех смыслах. С другой стороны, изменение позиции работника в системе производственных отношений становится фактором повышения конкурентоспособности фирмы-работодателя, поскольку позволяет более полно использовать человеческий капитал уникального работника и минимизировать затраты на его «офисное содержание», социальный пакет и гарантии.

Другой социально-экономической причиной возникновения и развития фрилансерства выступает необходимость повышения адаптивности всех субъектов рынка труда (и организаций, и работников) в условиях сложной и быстроизменяющейся среды. Благодаря фрилансерству обеспечивается гибкость и приспособляемость и работников, и работодателей к изменениям (достаточно безболезненно наращиваются/уменьшаются объемы производства, происходит индивидуализация производства). Таким образом, появление и развитие фрилансерства — это ответ на потребности постиндустриальной экономики [6].

Ценностный мир фрилансеров характеризуется ярким индивидуализмом, стремлением к свободе и независимости. Ценность индивидуализма проявляется, во-первых, в реализации индивидуальных проектов (в редких случаях — в малых временных группах или сетевых структурах) или индивидуальном поиске заказов. По мнению Д. Стребкова, фрилансер «обладает высоким уровнем автономии в вопросах контроля за трудовым процессом, самостоятельно формирует портфель заказов, действуя на свой страх и риск» [20, 24]. Индивидуализм и независимость фрилансеров проявляются и в нежелании платить налоги (так считают более 70 % фрилансеров, опрошенных в 2010 г. в рамках проекта Kadrof.ru в Клубе фрилансеров, открытом в сети Вконтакте.ру) [2], и в стремлении все риски брать на себя.

Основу общности составляют молодые люди: группа 18–25 лет составляет 57,1 %, группа 26–35 — 21,5 % [9]. Фрилансерству привержены в меньшей степени подростки (12,4%) и представители более старших возрастных групп (36–55 лет — 6,2 %; 56 лет и старше — 2,8 %) [9]. Данный вид трудовой занятости (в его регулярной форме) обеспечивает хороший заработок и одновременно возможность реализовывать профессиональные, социальные и прочие потребности и амбиции.

В профессиональном плане данная социальная общность имеет сложную структуру. В основном ее образуют работники сферы сервиса. Среди них особо выделяются специалисты в сфере IT (e-lancer, web-lancer) [8], дизайнеры, журналисты, т. е. представители тех профессий, которые создают «штучный» товар, чье производство максимально индивидуализировано. Соответственно фрилансерство распространяется на такие сферы профессиональной занятости, которые требуют высокого уровня профессиональных компетенций и постоянного, интенсивного их развития.

Одной из важнейших характеристик данной общности является высокий уровень рисков. Во-первых, отсутствует долговременный контракт, а значит, и работодатель, который может давать какие-либо гарантии занятости, социального обеспечения. Во-вторых, отношения с заказчиками не полностью отрегулированы в правовом аспекте (полностью защищенными в этом плане не могут считать себя ни фрилансеры, ни заказчики). Многие во взаимоотношениях этих рыночных субъектов строятся на доверии, рекомендациях третьих лиц и просто риске. Интернет-сайты, представляющие собой биржи фриланс-труда, одновременно стали социальным пространством, в котором формируются и отрабатываются «правила игры», новые формы контрактных отношений, демонстрируется и формируется капитал доверия (через систему отзывов, форумы и пр.).

Инновационность моделей поведения фрилансеров во многом определяется их отношением к времени и использованием времени. По мнению исследователей и практиков, особый временной график и режим жизнедеятельности — ведущая отличительная черта общности фрилансеров. Именно удобный временной график является одной из самых привлекательных ценностей при выборе такой формы занятости «убежденными» фрилансерами (данная трудовая ценность стоит на третьем месте после интересной работы и хорошей

оплаты) [18, 31]. Многие отмечают, что они предпочитают его «просиживанию» в офисе, где время попросту теряется за зарплату.

Данная социальная общность использует все положительные временные условия удаленной работы и работы «свободного художника»: гибкий график работы и отдыха (можно подстраивать его и «под себя», и «под работодателя», самостоятельно устанавливать длительность рабочего дня и рабочей недели, рабочих перерывов), возможность установления оптимального баланса между рабочим временем и «временем для семьи», отсутствие временных затрат на передвижение между домом и работой, «быстрая» работа по принципу «вечером стулья, утром деньги». Все это позволяет дать определение фрилансеру как менеджеру, управляющему собственным временем.

«Убежденные» фрилансеры лучше организуют, планируют свою работу, которая по мере накопления опыта и клиентской базы приобретает регулярный характер. В этой темпоральной характеристике заключается отличие данной группы от «совместителей» и новичков. Начинаящие фрилансеры, судя по содержанию их обращений к психологам и консультантам, испытывают проблемы с временной организацией своего труда: им трудно установить оптимальное количество часов, в течение которых они могут быть высокопродуктивными, ежедневный режим труда и отдыха, график и интенсивность одновременного выполнения различных проектов, баланс рабочего, вне рабочего и свободного времени и др. Опытные фрилансеры не испытывают таких проблем. Они «отрабатывают» свои темпоральные стратегии в соответствии с индивидуальными условиями и характеристиками труда, которые складываются постепенно, по мере «вхождения» в данный вид занятости, благодаря чему темпоральные стратегии становятся ресурсом, обеспечивающим высокую производительность и эффективность труда, успешность, сохранение социального, профессионального и психофизиологического здоровья.

Существует и другое — более расширенное — понимание «модернизационного класса», предполагающее более широкий спектр социальных общностей. Так, М. Ходорковский в своей известной статье «Поколение М» относит к «модернизационному классу» следующие общности:

— профессиональных инноваторов — владельцев и менеджеров небольших и средних частных компаний, созданных с нуля, с осязаемыми результатами работы в инновационной сфере;

— ученых и инженеров 1960–1970-х гг. рождения, получивших образование в СССР, работающих по специальности в России и не окончательно потерявших надежду реализоваться на Родине;

— ученых и инженеров, покинувших Россию в постсоветский период и реализовавшихся на Западе;

— молодых специалистов с высоким творческим потенциалом, делающих сейчас нелегкий выбор: уехать из страны или остаться;

— широкие слои гуманитарной интеллигенции, в том числе — преподавателей и журналистов [23].

М. Ходорковский называет представителей этих общностей модернизаторами, поскольку их активность направлена прежде всего на экономическую

модернизацию. В то же время их деятельность затрагивает и техническое (технологическое), и политическое направление модернизации. Если бизнес-сообщество осуществляет модернизацию организационных форм, правил выстраивания экономических отношений, задает стратегические ориентиры модернизации экономической сферы, то содержательную, технологическую сторону этого процесса обеспечивают инженеры. Закономерно, что на них возлагаются общественные надежды и даже определенные обязательства как на авангардную общность.

Сегодня разворачивается общественная и научная дискуссия по поводу того, является ли российский инженерный корпус той общностью, которая способна обеспечить «модернизационный прорыв», можно ли выделить «инженерную элиту» как авангардную часть социально-профессиональной группы. Если да, то каков ее потенциал, что мешает его формированию, развитию и т. д.

Инженерный корпус по своим профессиональным и — шире — социальным функциям правомерно причисляется к модернизационным общностям (не случайно для его укрепления была разработана в 2012 г. «Президентская программа повышения квалификации инженерных кадров (2012–2014 гг.)» [15]). Каковы критерии авангардности данной общности? Насколько современные российские инженеры соответствуют им? Какова численность той прослойки, которая составляет авангард данной общности?

Основываясь на выводах Первого Всемирного доклада ЮНЕСКО «Инженерия: проблемы, трудности и возможности для развития» (2010), можно определить один из признаков авангардности инженерной общности — способность инженеров решать профессиональными способами глобальные проблемы человечества [13]. Коррелирует с ним способность к глобальному стратегическому мышлению на макро- и мировом уровнях [27]. Третьим признаком, формирующимся на основе уже названных, выступает способность к инновациям (инновационное, креативное мышление). В этом смысле обязательными характеристиками «продвинутого» инженера являются роли «изобретателя», «инноватора», создающего новые технологии, работающего с помощью новых технологий, конструирующего и совершенствующего с их помощью материальную среду. А. В. Яминский и А. В. Мышаков полагают, что инновационность современных инженеров может проявляться также в освоении новых специальностей и направлений [27]. К числу показателей авангардности можно также отнести понимание социальных последствий внедрения изобретений и их влияния на окружающую среду, владение иностранным языком на уровне, позволяющем не только читать, но и разрабатывать техническую документацию, работать в сложных, многонациональных командах [21].

Аналитики констатируют, что представители инженерной профессии, соответствующие вышеобозначенным признакам, к сожалению, составляют меньшинство. Трудно говорить о каких-то точных цифрах, свидетельствующих о численности авангарда инженерной общности. Специальных исследований на эту тему не проводилось, данные, которые послужили бы косвенными показателями, также отсутствуют: инженеры как социальная общность практически не исследуются социологами в последнее время. В связи с этим мы

обратились к публикациям аналитиков, руководителей профессиональных ассоциаций инженеров, оценкам самих инженеров и ведущих преподавателей технических вузов, которые могут каким-то образом очертить границы интересующей нас социальной общности.

Анализ показал, что авангард данной профессиональной общности может быть образован двумя группами. Первая — группа инженеров, способных к созданию новых технологий и инженерных разработок. Это группа «истинных инноваторов», чья деятельность может быть приравнена к техническому творчеству и носит опережающий характер. Данная общность представлена такими функциональными группами, как инженеры-конструкторы и инженеры-исследователи. Какова численность данной группы? Можно только сказать, что весьма невелика: она не достигает границы «видимости» данной социальной общности.

Один из показателей функционирования и развития данной общности — «патентная» активность — характеризуется, независимо от вида технической инновации (промышленный образец, полезная модель, научно-технические достижения и пр.), невысокими показателями. Эксперты считают, что дело здесь не только в отсутствии «умов», а в отсутствии благоприятных условий, в которых изобретательский потенциал будет реализован, а изобретательская активность будет фиксироваться, учитываться и стимулироваться. Снижение финансирования и ликвидация конструкторских бюро, бюрократические препоны, отсутствие эффективного механизма защиты прав на интеллектуальную собственность «блокируют» изобретательскую активность российских инженеров [7].

Кроме того, неразвитость или отсутствие собственных производств в отдельных видах российской промышленности приводит к отсутствию потребности в подобного рода специалистах: технологии закупаются в готовом виде, они защищены от каких-либо изменений, путь российских технических и технологических инноваций в производство слишком долг, а иногда и вообще «воспрещен». Таким образом, инженерам высокого класса негде и не к чему «приложить руки и мозги». Сфера их востребованности в России чрезвычайно узка, что приводит к их «утечке» за границу и отсутствию воспроизводства данной общности. Показателем численности представленной общности отчасти могли бы служить данные по числу инженеров, привлеченных в технические инновационные центры (например, Сколково). Однако о серьезных масштабах и модернизационной роли таких проектов можно говорить пока только в будущем времени.

Вторая авангардная группа инженеров образована инженерами-техниками (технологами, эксплуатационниками), главная задача которых — обслуживание уже имеющихся, готовых технологических систем. С этой группой специалистов ситуация несколько лучше: рынок их занятости, по оценкам специалистов, существует благодаря тому, что иностранным фирмам выгодно нанимать российских инженеров, прежде всего в ИТ-сфере, из-за дешевизны их рабочей силы. При этом их потенциал для обеспечения качества деятельности вполне достаточен.

Таким образом, описывая структуру авангардных социальных общностей, мы можем пока лишь «забронировать» в ней место для инженерной общности, передовые слои которой только выкристаллизовываются, проходя чрезвычайно сложный путь становления как особого социального образования.

Другой подход к определению авангардных общностей можно было бы назвать «гражданским» в силу того, что в нем рассматривается авангард российского гражданского движения. Данный подход близок к «модернизационному», поскольку выделяемые на его основе общности также осуществляют модернизацию страны, но не экономическую, а преимущественно социальную и политическую. Согласно данному подходу, российский авангард включает такую общность, как волонтеры.

В 2012 г. Фонд общественного мнения провел масштабное исследование «Ресурс добровольческого движения авангардных групп для российской модернизации», в результате которого были определены социальные характеристики различных групп волонтеров — организованных (ассоциированных с общественными организациями) и неорганизованных (активистов по месту жительства). По данным исследования, волонтерами, как правило, становятся люди в материальном плане обеспеченные, а также активного возраста — молодые и зрелые (среди организованных волонтеров средний возраст 30 лет, среди неорганизованных — 40 лет). У них имеется серьезный образовательный потенциал (который варьируется в зависимости от формы добровольчества — у неорганизованных показатели выше).

Исследователи отмечают высокий уровень социальной активности и инициативности волонтеров. В группе организованных выражены карьерные устремления и повышенная активность в использовании Интернета. Группа активистов, в свою очередь, отличается склонностью оказывать безвозмездную помощь незнакомым людям.

Если рассматривать включенность волонтеров в общественную жизнь, то формы участия в ней также варьируются: организованные волонтеры чаще участвуют в деятельности обществ по защите гражданских прав, объединений по интересам, а активисты чаще участвуют в местном самоуправлении. Но в целом исследование показывает высокую готовность представителей данной общности к участию в деятельности общественных организаций.

В качестве признака авангардности волонтерской общности можно признать их *установки на конструктивную активность* (базируется на активной жизненной позиции) и *социальное новаторство* [14]. Исследование ФОМ (Е. С. Петренко и И. И. Иванова, май–сентябрь 2013 г.) позволило выделить в добровольческом движении особые типы социальных новаторов: «социальные активисты», «институциональный предприниматель», «правозащитник», «законодатель». В характеристиках данных типов отчетливо прослеживаются авангардные черты: «социальный активист» выступает с инициативой изменения несовершенных, «неработающих» правил; «институциональный предприниматель» стремится к изменению процедур или созданию новых в рамках существующих правил; «правозащитник» осуществляет гражданский контроль, выступая в качестве профессионального эксперта какой-либо проблем-

ной ситуации; «законодатель» проявляет активность по разработке новых систем правил. В итоге, резюмируют авторы, добровольцы стремятся сделать более комфортными социальные условия среды обитания.

Почему волонтеров можно отнести к авангардным общностям? Это общность, обладающая потенциалом, который позволяет дать ответ на вызовы современности. Волонтерство возникает и развивается в условиях, когда государство как социальный институт, общество в целом как социальная система не способны решать многие социальные проблемы, связанные с оказанием помощи и поддержки различным социальным группам, а также экологические проблемы и вопросы гуманистического плана и т. д. Представители волонтерской общности стремятся «увидеть нуждающегося в помощи, оказать помощь по зову сердца». По мнению П. В. Шевченко, характерной чертой социального портрета волонтеров является осознанная активность, направленная на помощь [26]. Одно из определений волонтеров, указывающее на временные признаки авангардности, следующее: волонтеры — это люди, обменивающие свое свободное время на действия, приносящие пользу обществу.

В условиях, когда гражданское общество в России испытывает в своем становлении и развитии большие трудности, волонтеры как раз и становятся его опорой, поскольку зачастую выступают в качестве равноправного партнера государства, в то же время уходя от «огосударствления» (по данным Е. С. Петренко и И. И. Ивановой, среди волонтеров больше тех, кто настроен оппозиционно по отношению к властям). В этом смысле важным является вывод П. В. Шевченко о том, что волонтерство представляет собой социальную альтернативу, а не «продолжателя дела государства и не поставщика кадров для рыночной экономики» [26].

Особый подход в определении авангардных общностей реализуется в проекте Л. А. Паутовой (ФОМ, 2009) под общим названием «Новое поколение». Внимание к поколенческой общности позволяет назвать данный подход «*генерационным*», или «*поколенческим*». В исследовании сделана попытка определить основные социальные черты и численность так называемой *локомотивной группы*, которую автор еще называет «поколение-XXI» или «люди XXI». Использовались следующие критерии и индикаторы выделения данной общности:

1) использование новых технологий (пользование компьютером, мобильным телефоном, вождение автомобиля);

2) активное финансовое поведение (покупка товаров в кредит, пользование пластиковой карточкой, инвестирование в ценные бумаги, обращение с валютой);

3) «расширение горизонтов» (получение дополнительного образования, поездки за границу, покупка туристического/спортивного снаряжения, полеты на самолетах, ведение переписки по электронной почте, пользование Интернетом);

4) рационализация времени (доставка товаров на дом, пользование услугами домработниц и нянь);

5) внимание к себе (занятия фитнесом, в спортивном клубе, посещение косметических салонов) [12].

Эмпирические данные показывают серьезный отрыв «поколения XXI» от остального населения страны практически по всем критериям. Так, среди представителей локомотивной общности в три раза больше тех, кто ведет переписку по Интернету (89 % против 30 %), в пять раз больше активных пользователей банковских карточек (50 % против 11 %), в четыре раза больше тех, кто стремится к экономии времени за счет использования услуг других людей (27 % против 6 %) [12].

По подсчетам Л. А. Паутовой, данная общность составляет 15 % населения России и в основном локализуется в городах и мегаполисах (имеются различия в представленности данной общности в регионах) [4]. При этом прослеживается увеличение ее доли в возрастном срезе населения: в группе горожан 16–17 лет их 12 % (среди россиян этого возраста в целом — 9 %), в группе 18–20 лет — 19 % (среди россиян — 16 %), в группе 20–23 лет — 40 % (среди россиян — 22 %).

Представляемую общность характеризуют ценностные ориентации, служащие индикаторами авангардности:

— индивидуализм и социальная активность: 66 % ее представителей (против 39 % среди россиян в целом) полагаются только на себя и свои способности и усилия в материальном обеспечении; в случае материальных затруднений они осуществляют активный поиск решения проблемы (смена профессии, дополнительная занятость и пр.);

— инновационность (разделяют 30 % против 19 % по всероссийской выборке);

— интенсивный труд, включенность в работу;

— постоянное повышение квалификации, образовательного уровня.

Еще одним показателем авангардности «поколения-XXI» является готовность к рискам [4]. Это выражается в готовности изменить основы жизни: поменять работу и даже профессию, место жительства. На прямой вопрос о готовности к рискам отрицательно ответили (не готовы рисковать) только 6 % из числа опрошенных.

Таким образом, согласно «генерационному» походу, авангардной можно считать определенную часть молодежи, ориентированную на ценности активности, самостоятельности, мобильности, инновационности и реализующую их в своем реальном поведении. Это молодежь, «продвинутая» в плане использования новых технологий (в быту, профессии, досуге), что делает ее более «быстрой» и мобильной, а значит, способной адаптироваться к социокультурным изменениям, связанным со становлением информационного общества. Можно сказать, что то социальное пространство, в котором живет и действует данная общность, и есть «островок» информационного общества в России.

Опираясь на данные исследования Л. А. Паутовой, аналитики попробовали спрогнозировать потенциальные очаги инновационной активности — возможные центры возникновения в России Кремниевых долин. Они наложили на фактор человеческого капитала «людей-XXI» факторы транспортной инфраструктуры и развития науки, климатический фактор и бизнес-климат (уро-

вень деловой активности) и получили несколько «точек», обладающих таким потенциалом: Центральный регион (Москва и Санкт-Петербург), Краснодарский край, Приморский край, Томск и Новосибирск, а также Татарстан [5]. Правда, у каждого выделенного региона есть свои риски и ограничения, которые делают «кремниевый проект» по меньшей мере вероятностным, по большей — сомнительным.

Примечательны для нашего собственного исследования темпоральные характеристики «поколения-XXI», выделенные Л. А. Паутовой как критерии отнесения его к локомотивной группе, — стремление к рационализации времени, использование технологий «мобильного» времени, ориентация на будущее, стремление быть современными, позитивное восприятие перемен и новшеств.

Представленные результаты вторичного анализа данных социологических исследований авангардных социальных общностей позволяют говорить о необходимости введения в систему индикаторов социальной авангардности темпоральных характеристик. Их фиксация или выведение из анализа эмпирических данных не являлись задачей упомянутых в статье авторов, однако устойчиво прослеживаются в их описаниях и выводах. Мы видим, что инновационный потенциал социальных общностей наравне с особым уровнем социальной активности, креативности, вариантивности поведения включает в себя особые «отношения с временем» — иное понимание его ценности и роли в профессиональной и личной жизни, понимание возможностей и рисков, которые несут в себе темпоральные явления, особенно в усложняющейся социальной реальности. Являются ли эти «отношения с временем» одним из сопутствующих признаков общности или затрагивают саму сущность авангардности — это вопрос, требующий дальнейшей теоретической и эмпирической разработки.

1. Амбарова П. А. Фрилансеры: темпоральные стратегии поведения авангардной социальной общности // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления : материалы Междунар. конф. (Екатеринбург, 28 февр. 2014 г.) : в 4 т. Екатеринбург, 2014. Т. 1. С. 12–16.

2. Больше 70 % фрилансеров не платят налоги со своих доходов [Электронный ресурс]. URL: http://www.kadrof.ru/news_id.php?id=1297868054 (дата обращения: 28.03.2014).

3. Вязникова В. В., Стребков Д. О. Финансовое поведение российских фрилансеров: возможности и ограничения // Социол. журн. 2009. № 4. С. 41–64.

4. Грекова О. Молодежь московская особая [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mk.ru/social/article/2011/06/01/594099-molodezh-moskovskaya-osobaya.html> (дата обращения: 05.03.2014).

5. Дзись-Войнаровский Н. Где инноватору на Руси жить хорошо? [Электронный ресурс]. URL: http://slon.ru/business/gde_innovatoru_na_rusi_zhit_horosho-475715.xhtml (дата обращения: 09.03.2014).

6. Курносова А. И. Гибкая занятость в экономике развитых стран (причины, формы, эффективность) : дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.

7. Лыжник Н. В. Изобретательство в России [Электронный ресурс] // Изобретательство. 2001 № 1. URL: <http://www.inventor.perm.ru/pages/today-invent-russia.htm> (дата обращения: 23.03.2014).

8. *Малоун Т. У.* Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь. М., 2006.
9. Молодые и очень молодые [Электронный ресурс]. URL: http://www.kadrof.ru/news_id.php?id=1156848932 (дата обращения: 15.03.2014).
10. Молодые предприниматели. ФОМ // Доминанты. 2009. 16 июля.
11. *Паутова Л. А.* Молодых кризис только раззадорил // Огонек. 2009. № 4.
12. *Паутова Л. А.* Молодые «Люди XXI»: общие черты локомотивной группы и региональная специфика [Электронный ресурс]. URL: <http://ppt4web.ru/okruzhajushhij-mir/molodye-ljudi-i.html> (дата обращения: 05.04.2014).
13. Первый Всемирный доклад ЮНЕСКО по инженерным наукам: нехватка инженеров – угроза развитию [Электронный ресурс]. URL: http://www.unesco.org/new/ru/media-services/single-view/news/engineer_shortage_a_threat_to_development_underlines_unescos_first_global_report_on_engineering/#.U0YtQt7IPIU (дата обращения: 10.04.2014).
14. *Петренко Е. С., Иванова И. И.* Добровольческая активность авангардных групп как движущая сила преобразования социальной действительности (на примере исследований феномена добровольчества Фонда «Общественное мнение») : аннотация выступления [Электронный ресурс]. URL: <http://fs.nashaucheba.ru/docs/46/index-6217297.html> (дата обращения: 03.04.2014).
15. Президентская программа повышения квалификации инженерных кадров (2012–2014 гг.) [Электронный ресурс]. URL: <http://engineer-cadru.ru/> (дата обращения: 10.04.2014).
16. *Руденко Г., Мерко А.* Экономический кризис и становление виртуальной занятости // Кадровик. Кадровый менеджмент. 2009. № 6. С. 30–35.
17. *Соколова М. Е.* Социальное время и новые электронные технологии : аналит. обзор. М., 2006.
18. *Стребков Д. О.* Инновационный потенциал агентов новой экономики // Форсайт. 2010. Т. 4, № 2. С. 26–33.
19. *Стребков Д. О., Шевчук А. В.* Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров). М., 2009. (Препринт).
20. *Стребков Д., Шевчук А.* Фрилансеры в информационной экономике // Социальная реальность. 2008. № 1. С. 23–39.
21. Формирование инженерной элиты индустриального региона: социологический анализ / под ред. Л. Н. Банниковой, Ю. Р. Вишневого. Екатеринбург, 2013.
22. *Харченко В. С.* Фриланс как стиль жизни в современном российском обществе : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2013.
23. *Ходорковский М.* «Поколение М» // Ведомости. 2009. 21 окт.
24. *Чаплашкин Н. В.* Методика социологического исследования современного состояния свободной занятости в России [Электронный ресурс] // Terra Humana. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodika-sotsiologicheskogo-issledovaniya-sovremennogo-sostoyaniya-svobodnoy-zanyatosti-v-rossii> (дата обращения: 24.03.2014).
25. *Шабанова М. А.* Преуспевающие экономические акторы как модернизационная общность // XII Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества : в 4 кн. Кн. 3 / отв. ред. Е. Г. Ясин. М., 2012. С. 286–295.
26. *Шевченко П. В.* Социальная роль московского волонтерства // Социол. исслед. 2013. № 8. С. 60–71.
27. *Яминский А. В., Мышаков А. В.* Инженерная элита России: понятие, концепция и школа совершенствования [Электронный ресурс] // Наука и образование. 2011. № 10. URL: <http://technomag.edu.ru/doc/230463.html> (дата обращения: 27.02.2014).

Статья поступила в редакцию 11.04.2014 г.

УДК 316.77 + 327.2:316.334.56

И. Б. Бритвина
Л. Э. Старостова

БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ: ПРОБЛЕМА ПОИСКА ЦЕННОСТНЫХ ОСНОВАНИЙ*

Рассматривается необходимость изучения ценностей в процессе брендинга города с использованием социологических методов. Доказывается, что перенос зарубежной теории на российскую почву без какой-либо адаптации к национальным условиям в большинстве случаев не дает успешного результата. Опираясь на опыт проведения конференций по брендингу малых и средних городов России, на результаты своих исследований, авторы приходят к выводу, что российская теория и практика геобрендинга нуждается в повышенном внимании к ценностям, определяющим поведение стейкхолдеров.

К л ю ч е в ы е с л о в а: брендинг города; стейкхолдеры; ценность; конференция.

Бурное развитие городов является важнейшей причиной актуализации проблемы брендинга территории. В 2000 г. из 6 млрд населения планеты 47 % проживало в городах. Доля горожан к 2030 г. увеличится до 60 %, а к 2050 г. вырастет до 70 % [5]. В российских городах уже сегодня проживает более 70 % населения [3]. Города все острее конкурируют между собой за привлечение инвестиций и резидентов, в силу чего они вынуждены активно работать над созданием привлекательности для всех возможных целевых аудиторий — жителей, туристов, инвесторов и др. Российские города и регионы в новых экономических условиях стали нуждаться в имиджевой и репутационной самоидентификации, основным инструментом формирования которой является создание и продвижение собственного бренда. Так, газета «Коммерсантъ» в 2011 г. сообщала, что региональные власти на сайте госзакупок объявляют конкурсы на создание положительного образа своих территорий и готовы тратить на это десятки миллионов рублей [6, 2]. Однако ни теоретически, ни практически российские технологии геобрендинга до сих пор не являются результативными.

Россия и другие восточные страны Европы сегодня активно перенимают западный опыт, часто некритично перенося на местную почву чужие понятия и подходы, несмотря на специфические социокультурные традиции. В силу ряда причин (доминирование инициатив со стороны властей, неготовность

* Статья публикуется при поддержке РГНФ и Правительства Свердловской области, грант № 14-13-66011.

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

бизнес-сообщества вкладывать средства в продвижение территории, отсутствие у представителей социальных групп активной позиции в продвижении места, несогласованность действий тех групп, деятельность которых влияет на имидж территории) разрабатываемые в России маркетинговые технологии продвижения территории сталкиваются с проблемой ценностной идентичности как минимум на двух уровнях. Прежде всего это частичное несовпадение культурной идентичности россиян и жителей европейского пространства. Ценностная проблематика возникает и на этапе разработки бренда города или региона, как необходимость поиска базовой идентичности всех целевых групп, заинтересованных в продвижении данной территории.

Геобрендинг, брендинг территории, продвижение территории, place branding — все эти термины фиксируют стратегическую важность системы коммуникаций, которая должна быть научно обоснована и сформирована под конкретный продукт, разработанный территорией для самопрезентации в отношении ряда целевых аудиторий.

В зарубежной литературе по брендингу мест, основанной на многолетнем опыте продвижения стран, регионов и городов, представлен широкий спектр вопросов, затрагивающих самые актуальные аспекты брендинга. Перечислим лишь некоторые проблемные поля: культура и брендинг мест, коммерческий и территориальный брендинг, брендинг и идентичность места, маркетинговые технологии в брендинге мест, способы вовлечения стейкхолдеров (заинтересованных сторон) в процесс брендинга территории. Геобрендинг в работах зарубежных авторов принципиально рассматривается как гуманитарная технология, а в текстах обязательно присутствует понятие «ценности», причем ценности бренда непременно связаны с *людьми*, создающими и воспринимающими геобренд.

По мысли Д. Хоутона и Э. Стивенса, брендинг города осуществляется только при наборе четырех базовых параметров:

- бренд должен выражать только позитивные стороны города;
- бренд города претендует на то, чтобы изменить общественное представление о городе;
- между брендом города и его идентичностью должна существовать негласная связь;
- бренд города способен влиять на интерпретацию города людьми [12, 80–81].

Это рассуждение прекрасно иллюстрирует убежденность в том, что брендинг является частью всей системы развития территории, включая ее население, служа звеном выявленной позитивной идентичности места и процессом переосмысления места теми людьми, которые различным образом связаны с ним. По убеждению А. Каландидеса, следует «переосмыслить идентичность места как понятие, снова поставить людей в центр нашего понимания мира, сделав их как участниками, так и бенефициарами развития территории» [15]. А известный создатель индекса наций С. Анхольт подчеркивает, что «места получают свои бренды из общественного мнения, а не от маркетологов и правительств» [14, 206].

Суммируя существующие западные подходы к геобрендингу, М. Каваратзис выделяет восемь обязательных компонентов интегрированного подхода к управлению брендом города: видение и стратегия, внутренняя культура, локальные сообщества, синергия (под которой понимаются приобретаемое согласие и поддержка всех релевантных стейкхолдеров, предусматривающие их сбалансированное участие), инфраструктура, городской ландшафт, возможности для индивидов и компаний и, наконец, коммуникации [16, 34–35].

Приведенные высказывания позволяют нам с уверенностью утверждать, что современная зарубежная теория геобрендинга, сформировавшаяся на основе анализа практики продвижения территорий, признает человеческий (а точнее, ценностный) фактор как атрибут процесса формулирования и коммуникации бренда. Внимание к ценностным установкам стейкхолдеров и целевой аудитории является обязательным звеном геобрендинга, вынося бренд территории на обсуждение широкой, но при этом таргетированной общественности.

Под ценностью в данной статье мы будем понимать способ выделения человеком значимых представлений мировоззренческого характера, определяющих человеческое поведение. Именно так понимается ценность большинством авторов. Например, по мысли Г. П. Выжлецова, ценность «представляет собой не просто необходимую и должную, но и желаемую цель, становящуюся идеалом и участвующую тем самым в нормативно-регулирующем воздействии на межсубъектные отношения, а через них и на всю социокультурную практику» [4, 63]. А один из авторитетных исследователей феномена ценности в отечественной науке М. С. Каган, опираясь на традицию, заложенную баденской школой, не только утверждает неразрывную связь между ценностями и всем культурным опытом, но и обосновывает ключевую роль ценности как мотивации человека в любой его деятельности: «Роль ценностей в жизни общества и культуры двухмерна — она проявляется и в отношениях субъекта к объекту, и в межсубъектных отношениях — ценности направляют, ориентируют все формы предметности и одновременно регулируют отношения людей» [7, 188]. Как российские, так и западные теории ценностей создали прочную методологическую основу, которая требует обращаться к рассмотрению ценностных установок при попытке понять поведение исследуемых групп.

Социологическая трактовка в разработке аксиологического направления основана на целом ряде эмпирических исследований, предпринятых в рамках западной науки преимущественно в XX в.: Ф. Вернон и Г. Линдзи, М. Рокич, Р. Инглехарт, Г. Беккер, Л. Клакхон и др. Неклассический этап в развитии социологии прочно связан с изучением ценностной проблематики как на теоретическом, так и на прикладном уровнях.

Социологический подход и сегодня является ключевым в разрешении проблематики идентичности ценностей целевых аудиторий геобренда, как с точки зрения методологии, так и с методической стороны. Объектом изучения в этом случае являются социальные группы, жители определенных территорий как носители культурных качеств и свойств, и, кроме того, при выявлении ценностных оснований для разработки идентичного бренда в принципе невозможно обойтись без социологических методов.

Практика освоения геобрендинга в России насчитывает несколько лет, в то время как на Западе эти технологии применяются около 40 лет. Пока зарубежные коллеги пополняют опыт брендинга мест новыми кейсами, российская практика геобрендинга может похвастаться разве что обширным опытом обсуждения данной технологии, а также опытом проб и ошибок, через которые реализуют себя многочисленные инициативы региональных властей. Современный опыт развития российской теории и практики геобрендинга основывается на серии конференций и публикаций, в которых отражена теоретическая рефлексия, а также на опыте ряда российских городов и регионов, в большинстве случаев получившем негативные оценки экспертов и широкой общественности.

Можно констатировать, что пока российская теория геобрендинга (А. П. Панкрухин, А. К. Стась, Д. В. Визгалов и др.) мало чем отличается от базовых теоретических концепций западных коллег. Являясь маркетинговой стратегией, геобрендинг опирается на маркетинговые подходы к продвижению территории. Мы можем на примере маркетинга территорий увидеть поразительное сходство российской теории с западной. Например, четыре стратегии, выделяемые А. Панкрухиным в маркетинге территорий (маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг инфраструктуры, маркетинг персонала [11, 33–37]), достаточно четко соотносятся со списком стратегий, приводимых в книге «Маркетинг мест» Ф. Котлером и его соавторами: имиджевый маркетинг, маркетинг достопримечательностей, инфраструктурный маркетинг и маркетинг людей [8, 75–94].

Стратегия продвижения территории через управление ее нематериальными активами должна учитывать мнение всех целевых аудиторий, составляющих внутреннюю и внешнюю общественность, постоянно изучать общественное мнение и работать с ним. Например, китайские коллеги формулируют этот принцип таким образом: «Строить бренд города означает начать с факторов, которые оказывают влияние на опыт, восприятие и удовлетворенность аудитории городского бренда, опираясь на принцип ориентированности на стейкхолдеров» [18].

Геобрендинг как коммуникационная стратегия направлен на обеспечение комплексности и наглядности дифференциации территории во многом за счет создания ее социокультурного портрета. Но если сам геобренд есть целостное сообщение, то в отношении инициаторов, разработчиков и целевых аудиторий территориального бренда единство интересов представляет собой скорее некий проект, нежели реальность. К заинтересованным сторонам (стейкхолдерам) геобренда относятся административные, деловые, политические структуры, СМИ, учреждения образования и культуры конкретных регионов. Целевые аудитории геобренда также неоднородны. Современные исследователи, на собственном опыте знающие об изменениях в коммуникационном пространстве европейских стран, фиксируют нарастание неоднородности (поликультурности, полиэтничности) целевых аудиторий европейских брендов. Т. Ю. Лебедева (директор программ Европейского института по связям с общественностью, Париж, Франция) пишет, что в результате процессов глобализации

целевые аудитории становятся все более мультикультурными, гетерогенными, для них характерны различные подходы, ценности, традиции и стереотипы [9, 167]. То же происходит и в отношении целевых аудиторий брендов различных территорий России, население которой становится все более и более неоднородным, мультикультурным.

Очевидно, что совпадение интересов различных социальных групп возможно только в частных случаях и на недолгое время. Между тем объединение интересов и ценностей всех заинтересованных групп составляет обязательное условие эффективного бренда.

Выделяя обширный круг «действующих лиц» территориального маркетинга (фигуры государственного сектора: администрации разного уровня; фигуры частного сектора: от ведущих предприятий до транспортных компаний и архитекторов), Ф. Котлер и его соавторы в качестве одного из двух основных барьеров на пути успешного продвижения территории называют ситуацию, когда «ответственные за принятие решений лица не имеют удобной структуры для организации стратегии маркетинга» [8, 102]. Безусловно, речь идет о сложности процесса координации усилий участников процесса.

Как пишет Е. Л. Алекса, «ключевой элемент городского маркетинга относится к трудности определения городской идентичности и ценностей таким путем, который мог бы широко восприниматься и легко охватывать все целевые группы. Задача определяется необходимостью создания общей идентичности на основании ценностей, которые не всегда нематериальны и которые представляют интересы различных социальных и экономических групп» [13, 8]. Данную мысль подтверждает и наш опыт проведения конференций по брендингу малых и средних городов России, показавший, что российский брендинг территорий сталкивается с самыми большими трудностями именно в той части процесса геобрендинга, которая касается мотивации стейкхолдеров.

Департамент маркетинговых коммуникаций и брендинга Уральского федерального университета ежегодно (с 2011 г.) проводит конференции по тематике геобрендинга. Мы фокусировали внимание на брендинге малых и средних городов России, поскольку последние, зачастую проигрывая в конкуренции с мегаполисами борьбу за человеческие и материальные ресурсы, остро нуждаются в тех преимуществах, которые они могли бы получить благодаря грамотной коммуникационной политике в отношении целевых аудиторий.

Наше погружение в данную тему осуществлялось сразу по нескольким направлениям: зарубежные стажировки в Европейский институт по связям с общественностью по тематике продвижения территории (Париж); научные публикации, в том числе и в сборниках зарубежных международных конференций [17, 253–262]; разработка и преподавание учебных курсов («Маркетинг территории» и «Геобрендинг»); разработка тематики двух магистерских программ, связанных с продвижением территории («Управление репутацией территории» и «Геобрендинг»); организация проектной работы со студентами в сфере геобрендинга; работа со студентами над курсовыми и дипломными проектами по этой тематике; организация научных дискуссий с участием представителей вузовского сообщества и практиков управления и т. д.

Отдельного анализа требует проблематика и методика организации конференций, так как именно этот опыт позволяет нам продвигаться дальше в вычленении проблем продвижения малых и средних городов, в том числе и проблемы идентичности ценностей целевых групп, а также выделять актуальные формы сотрудничества с территориями. Так, в апреле 2011 г. состоялась Всероссийская очно-заочная научно-практическая конференция «Малые и средние города России как проблемное поле геобрендинга», а в апреле 2012 г. и в марте 2013 г. — очно-заочные научно-практические конференции «Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы», причем последняя конференция имела уже международный формат. В 2011 г. обсуждались вопросы определения понятий брендинга территорий, проводился анализ реализуемой городом политики в категориях геобрендинга. К этим дискуссиям с интересом подключились представители муниципалитетов, сферы внутреннего туризма и управления культурой, в частности музейной сферы. 2012 г. показал, что интерес к данной теме в России заметно вырос.

Если в сборнике первой конференции было опубликовано 19 статей, авторы которых представляли 9 территорий 7 субъектов Российской Федерации, то в сборнике 2012 г. представлены 52 материала из 29 городов 22 субъектов Российской Федерации, а также Украины. Расширился и круг участников «круглых столов». Проблемы геобрендинга обсуждали представители власти, бизнеса, высшей школы, Курганской и Шадринской епархии Русской православной церкви [1, 10].

Если на обсуждение «круглых столов» в 2011 г. выносились вопросы по выяснению того, кто и каким образом осуществляет деятельность, имеющую отношение к геобрендингу, а также того, что можно считать ресурсом геобрендинга, то в 2012 г. «круглые столы» фокусировались вокруг специфики городов-партнеров: брендинг закрытого города (г. Новоуральск Свердловской области), технологии кобрендинга (г. Тобольск Тюменской области, г. Далматово Курганской области и г. Верхотурье Свердловской области), ребрендинг территории (г. Березовский Свердловской области). Выявленные проблемы в каждом городе были конкретными — отражающими специфическую ситуацию, в которой находятся малые и средние российские города. Анализ ситуации позволил сделать следующие выводы.

Во-первых, города находятся на разной стадии освоения технологии геобрендинга. На стадии первого обсуждения в дискуссию охотно вовлекается широкая городская общественность, инициативность по поиску и выявлению признаков уникальной территориальной идентичности высока.

Во-вторых, в городах с опытом формирования и продвижения бренда обнаруживается несистемность коммуникаций, проявляющаяся в несвязанности концептуальной идеи бренда и актуальных проблем (неясность целевой аудитории, абстрактность идеи бренда), отсутствии готовности представителей различных социальных сфер сотрудничать друг с другом.

В-третьих, бизнес не готов предоставить свой потенциал в «копилку усилий» по работе над брендом города, отсутствуют представления о способах взаимовыгодного сотрудничества вуза и города.

В-четвертых, на местах имеется множество разнонаправленных инициатив, что создает видимость работы и продвижения территории, но не дает видимого эффекта.

В-пятых, во всех городах обнаружилась и общая проблема — отсутствие понимания важности коммуникативной составляющей технологии продвижения территории.

От конференции к конференции мы старались продвинуться как в теории осмысления сущности геобрендинга, так и в вычленении эффективных технологий продвижения малых и средних городов. Такая логика заставляла нас переосмысливать формы работы с территориями, что позволяло интегрировать местных субъектов геобрендинга в научную проблематику. С другой стороны, опыт вычленения проблем «на местах», опыт непосредственного погружения теории в практику территориального развития заставлял нас двигаться дальше в осмыслении западного опыта и в переложении его на российские реалии. Опыт сотрудничества с партнерами в формате конференций дал нам знание системных проблем продвижения российских городов, проявившихся в практике Уральского региона. Как можно заключить из опыта совмещения заочного формата участия в конференции и очных мероприятий в виде «круглых столов» на площадках малых и средних городов, данный формат отвечает задачам развития сотрудничества вуза с муниципальными образованиями на основе объединения интересов. Вуз, осуществляющий подготовку специалистов, получает возможность раскрыть перед возможными партнерами свой потенциал и выявить проблематику, характерную именно для данного города. Город же получает доступ к актуальным трендам в сфере развития территорий и с пользой для себя реализует возможность сделать центром дискуссии вопросы, наиболее важные для него.

Опыт проб и ошибок неизбежен, и конструктивное отношение к нему позволяет нам ожидать, что самые эвристически ценные плоды на пути формирования российской школы геобрендинга будут всходить именно в поле рефлексии о том, какие особенности российских городов и их целевых аудиторий создают барьеры на пути применения зарубежных подходов к российским реалиям.

Если попытаться определить фундаментальные предпосылки выявленных нами трудностей в брендинге российских городов, то мы бы сформулировали их как особенности ценностной мотивации стейкхолдеров и традиции территориального управления, исторически сложившиеся в России. Этим российские территории заметно отличаются от западных, поэтому простое калькирование успешных зарубежных кейсов не дает ожидаемого результата. Отсутствие осознания проблемы ценностной составляющей в управлении коммуникациями в геобрендинге при калькировании западных подходов приводит к тому, что технология «спотыкается» о ценностные приоритеты российской публики — начиная от практиков управления и заканчивая различными группами стейкхолдеров. Поэтому российская теория и практика геобрендинга нуждается в аксиологической экспертизе, которая позволила бы откорректировать разработанные технологии под российские реалии. Использование социоло-

гических методов сбора и анализа социальной информации является непрерывным этапом работы по формулировке платформы геобренда.

Таким образом, в процессе разработки геобренда реально приходится решать следующие задачи:

- интеграция различных видов коммуникаций в геобрендинге на основе мультидисциплинарного подхода;
- применение дифференцированного подхода к стратегиям геобрендинга на основе региональной специфики;
- применение ценностного подхода, предполагающего адаптацию европейских ценностей на региональном уровне, и поиск ценностной идентичности всех целевых групп территориального бренда с использованием социологических методов.

Так, например, опыт работы на площадке г. Шадринска Курганской области позволил нам выявить общую ценностную идентичность разных целевых групп. Были опрошены методом стандартизированного интервью 310 жителей г. Шадринска старше 18 лет и 112 учащихся старших классов школ. Кроме того, методом глубинного интервью были опрошены 12 представителей городского бизнес-сообщества и работников муниципалитета. Анализ полученных ответов показал, что общая ценностная идентичность представителей всех целевых аудиторий связана с такими характеристиками города, как «зеленый» и «спокойный». Исходя из этого, было решено визуальную идентичность, как элемент бренда, связывать с цветами белой и зеленой гаммы, учитывая наличие таких ресурсов, как лечебная минеральная вода и реликтовый сосновый ленточный бор. Кроме того, к преимуществу города респонденты однозначно относят его историко-культурное наследие, и наибольшая интенсивность их ценностных предпочтений проявилась в отношении двух исторических слоев: XVIII–XIX вв. (купеческий город, один из культурных центров Пермской губернии), а также вторая половина XX в. (промышленный и культурный центр, когда в городе было достаточное количество рабочих мест с достойной заработной платой). Современные социокультурные и экономические проблемы города респонденты связывают в первую очередь именно с утратой старинного архитектурного ансамбля, придававшего ему уникальность, и с промышленным спадом, начавшимся в 1990-е гг. Таким образом, применение социологических методов позволило начать работу по формулировке концепции геобренда Шадринска на основе ценностной идентичности ряда целевых групп [2, 22–24].

В процессе анализа с целью изучения ценностных предпочтений представителей внешних целевых групп было решено провести опрос студентов городских вузов и колледжей, приехавших учиться из других городов и областей, а также опрос потенциальных абитуриентов, не живущих в городе, но планирующих в ближайшее время поступать в учебные заведения Шадринска.

Общий вывод, который можно сделать на основе нашего опыта работы с территориями, а также практики проведения конференций по брендингу малых и средних городов, таков: любые попытки разрабатывать и реализовывать технологии геобрендинга в России, опираясь на перенос западных подхо-

дов, являются малоуспешными; теоретики и практики должны учитывать уникальную специфику российских городов, обусловленную давно сложившимися социокультурными, управленческими и экономическими традициями, сформировавшими особую конфигурацию ценностей, влияющих на поведение стейкхолдеров. Количественные и качественные методы сбора и анализа социальной информации должны способствовать выявлению этих ценностей и применяться для более плодотворного анализа идентичности выявленных целевых групп геобренда.

1. Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы : материалы Всерос. науч.-практ. очно-заоч. конф. Екатеринбург, 2012. 300 с.

2. Бритвина А. М. Город Шадринск в поисках бренда // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы : материалы Междунар. науч.-практ. заоч. конф. Екатеринбург, 2013.

3. Всероссийская перепись населения — 2010 [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/perepis_itogi1612.htm (дата обращения: 16.08.2013).

4. Выжлецов Г. П. Аксиология культуры // Парадигма : филос.-культурол. альманах. 2008. Вып. 11.

5. Зинькевич Е. Человеческая цивилизация становится «цивилизацией городов» [Электронный ресурс] // RELGA : науч.-культурол. журн. 2003. № 11. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=28&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 16.08.2013).

6. Иванов М., Журавлев А. Регионы закупаются репутацией // Коммерсантъ. 2011. 20 окт.

7. Казан М. С. Философская теория ценности. СПб., 1997.

8. Котлер Ф. и др. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб., 2005.

9. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии. М., 2007.

10. Малые и средние города России как проблемное поле геобрендинга : материалы Всерос. очно-заоч. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2011. 128 с.

11. Панкрухин А. П. Основы маркетинга территории. М., 2002.

12. Хоутон Д., Стивенс Э. Брендинг городов и вовлечение стейкхолдеров // Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М., 2013.

13. Alexa E. L. Using Culture in Defining City Brands // International Place Branding Conference. Special Edition: Roots — Politics — Methods : Conference Proceedings. Utrecht, the Netherlands. 20th and 21st of January 2012. Manchester, 2012.

14. Anholt S. Brands and branding // The Economist. 2004.

15. Kalandides A. Place Branding and Place Identity. An integrated approach [Electronic resource] // Tafter Journal. 2012. Gennaio. № 43. URL: <http://www.tafterjournal.it/2012/01/03/place-branding-and-place-identity-an-integrated-approach> (accessed: 22.02.2014).

16. Kavaratzis M. Cities and their brands: Lessons from corporate branding [Electronic resource] // Place Branding and Public Diplomacy. 2009. Vol. 5, Is. 1. URL: <http://www.palgrave-journals.com/pb/journal/v5/n1/pdf/pb20083a.pdf> (accessed: 22.02.2014).

17. Starostova L. Experience and prospects of establishing the brand «Russian gold homeland» Town Berezovsky // International Place Branding Conference. Special Edition: Roots — Politics — Methods.

18. Zhang Y., Zhang R. Research on Methods of Urban Brand Building Based on Stakeholder Theory [Electronic resource]. 2008. URL: <http://www.seiofbluemountain.com/upload/product/200911/2008qyjhy05a15.pdf> (accessed: 22.02.2014).

Статья поступила в редакцию 26.02.2014 г.

УДК 008:316.334.56 + 721.01

Т. Ю. Быстрова

ЦЕЛОСТНОСТЬ КАК ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ КРИТЕРИЙ

В статье прослеживается реализация представлений о целостности в первых урбанизированных поселениях, в частности поселениях «Страны городов» в южноуральской степи. Доказывается гипотеза о принятии целостности в качестве цивилизационного критерия. Представления о целостности уточняются в процессе ее сравнения с органической формой, возникающей в природе. Предлагается использовать эти представления в экологически ориентированной архитектурной и урбанистической практике XXI в.

Ключевые слова: целостность; целостность и органичность; целостность в архитектуре; культура города; протогород.

Как оценить изменения, происходящие в современной культуре в связи с отказом от абсолютных ценностей и эссенциалистских исследовательских установок, размыванием границ научной картины мира и трансформацией большинства дискурсов, от философии до проектной деятельности? В предметно-материальной сфере (город, дом, костюм, интерьер и т. п.) утрата идеи целого приводит не только к индивидуализации частей, но и к уходу от регулярности, нормативности, стандартизации, обеспечивающих более последовательное воспроизводство этого целого. Между тем на протяжении всей истории человечества целостность была и остается важнейшим цивилизационным показателем. Поселение, город, ансамбль, система вещей — феномены, относящиеся к идее целого, существовавшего в общественном и профессиональном сознании.

Если считать целостностью нечто, осознанно произведенное человеком (и в этом смысле отрывающееся от природных органических форм), то оно,

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

© Быстрова Т. Ю., 2014

безусловно, возникает не ранее этапа появления городов, городской культуры. Сельский образ жизни еще слишком тесно связан с природой и детерминирован ею; там целое как единство органического и технического возникает спонтанно и фиксируется в мифологической картине мира ритуалом, т. е. может в полной мере не осознаваться как результат определенных установок и действий людей. Являясь кульминационной точкой развития человеческой мысли, целое сакрализуется либо философски осмысливается под разными ипостасями на протяжении всей истории человечества, в том числе и в периоды распада этого целого в реальности.

Задача данной работы связана не столько с характеристиками целостности, сколько с определением *осознанно* применяемых субъектами культуры алгоритмов ее достижения. В отличие от спонтанно возникающей в природе органической формы, целостность — это то, что создается и поддерживается усилиями человека. Равно как вольно или невольно разрушается им в случае утраты смысла. Иначе говоря, целостность организуется через представление (слово), но воплощается и поддерживается практическими действиями.

Если говорить о реализации (в условиях бесписьменной культуры — проговаривании) идеи целого в первых городах¹, то вслед за П. Сорокиным, пишущим о социокультурной динамике, можно сказать о наличии в теории большого числа констатаций и выявленных линейных закономерностей, но не о попытках более объемного объяснения форм и артефактов [12]. Нужна ли насыпная стена либо стена из кирпича-сырца, не способная выполнять оборонительную роль, но все-таки насыпаемая, — ведь на ее возведение тратятся огромные усилия? Какой смысл несет ров, наполненный водой? Как представляют мир вокруг себя люди, находящиеся за стеной? Наконец, как мыслится город в отношении всего большого и малого, что его окружает или находится в нем [см., например, 8]?

К сожалению, на эти аспекты исследователи обращают недостаточно внимания, констатируя — как если бы речь шла о чем-то само собой разумеющемся — наличие единых селитебных структур в разных поселениях [4, 7, 13], занятие металлургией [7, 13] и другими ремеслами [4], наличие водоснабжения и канализации [1, 4], отсутствие ярко выраженного смыслового или административного центра; процесс индивидуализации жизни [18] и др., но не объясняя истоков этих форм и практик. Необходимо видеть, что все названные характеристики представляют собой проявления одного главного качества — целостности, определяемой стремлением следовать природным законам в новых социокультурных и технологических условиях. Человек не мог создавать подлинно органические формы с помощью технических устройств, по крайней мере, до настоящего времени, хотя происходящие технологические изменения способствуют возможности достижения такого уровня формообразования. Но человек может сохранить собственную природу и мир вокруг

¹ Дискуссию о различии городов и протогородов мы оставляем за пределами данного текста. Принципиально важен переход от охоты и даже земледелия и скотоводства к доминанте ремесленного производства, отделяющего человека от природы.

себя, организуя целостности, подобные тем органическим объектам, из которых состоит природа. Удивительно, что в разные периоды истории и в разных регионах люди приходят к весьма схожим действиям в этом направлении. При этом масштаб продуктов может быть очень разным — от единичной вещи до многоуровневых систем, и, вероятнее всего, он определяется множеством внешних обстоятельств — от климата до свойств материала, от технологий до политики.

Как видно из этих рассуждений, органическая форма и целостная форма могут иметь одинаковую структуру. Но их генезис и способы реализации различны. Целостность не только сложно организована — ее существование, согласно Аристотелю, может быть осуществлением, т. е. проявлением, наиболее значимых характеристик. В контексте поставленного выше вопроса о цивилизационных показателях целостность представляет собой сложный продукт — результат осмысления человеком своего места и своих возможностей в мире.

Первые города и протогородские поселения (Месопотамия, Северная Индия, «Страна городов»² в южноуральской степи, Сирия, Анатолия) фиксируют целостность на материально-предметном уровне. Все они построены не стихийно, а по заранее продуманному, подробному плану. В условиях бесписьменной культуры — как, например, в поселениях Южного Урала — сам город становится текстом, рассказывающим о возможности создания и воспроизводства его как целостной структуры. Прообразом целостности выступает представление о Космосе, но, в отличие от «большого» мира, его достраивает человек, понимающий свои задачи и потребности и руководствующийся идеей изоморфизма Космоса и города. Синтез органического и технического становится не только основой создания жизнеспособного поселения, но и важнейшим показателем цивилизации.

Если рассматривать 22 поселения на территории Южного Урала, открытые во второй половине XX в, то этот тезис подтверждается многими показателями. К ним относятся характер жизни и расселения людей на переходном этапе от земледелия и скотоводства к техническому производству, от жизни в природе к жизни в цивилизации. Разница структуры круглых и более квадратных в плане поселений не настолько велика, чтобы типологизировать их по этому признаку. Решающую роль в общих характеристиках играют образ жизни, природно-климатические детерминанты и система ценностей, опредмеченная в артефактах. По многим характеристикам — числу жителей, их занятиям, структуре и местонахождению — эти поселения похожи на найденные и описанные в других регионах. Значит, их артефакты и технологии можно анализировать как достаточно репрезентативные для форм жизни человека на ранних этапах развития цивилизации (рис. 1).

² Речь идет о более чем двадцати образованиях, имеющих схожие пространственно-географические координаты и внутреннее устройство, появившихся в эпоху бронзы в степях Южного Урала.

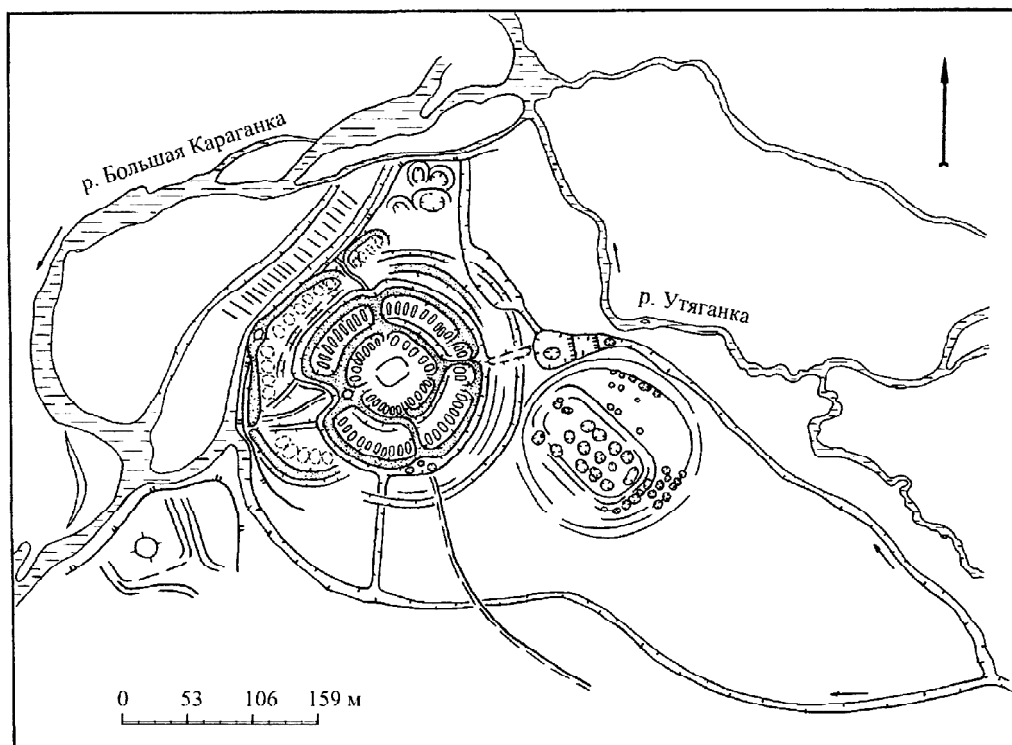


Рис. 1. Следы хозяйственной деятельности в Аркаиме
(по Г. Б. Здановичу, И. М. Батаниной [9])

Город на ранних этапах своего формирования обязательно был окружен водой. Это мог быть неглубокий ров, отведенный от реки. Вода нужна как в символическом (мир стоит на воде), так и в практическом отношении (для питья, мытья и т. п.). Как и в Месопотамии, и в Индии (Хараппа, Мохенджо-Даро), в рассматриваемых нами городах есть канализация. Вероятнее всего, перед тем, как воду выпускали, ее очищали, прогоняя через специальные фильтры. Это действие и можно оценить как *деятельность по обеспечению целостности* системы, в которой стратегические действия человека не противоречат природным процессам, а максимально учитывают их.

Удивительно использование в металлургических процессах не только воды, но и колодцев, для усиления тяги и повышения температуры³. Вода и металл — стихии, как бы связывающие между собой природу и цивилизацию. Вступающий с ними во взаимодействие человек еще не разорвал связь с природными ритмами, образами, процессами, хотя и живет в качественно ином, выходящем себя за пределы природы пространстве.

То же можно сказать о месторасположении поселения. Как правило, на западе или северо-западе от него находится невысокий холм, каких много в степи. Размеры поселения — около 450 м в диаметре — соответствуют

способности холма защитить людей от ветра в холодное время года. Думаю, что в более теплом климате эти размеры могли быть другими.

Иначе говоря, создавая целостную форму, человек использует свое знание органической природы и действует сообразно ее законам, но при этом умеет реализовать собственные цели. Он находит вектор деятельности, совпадающий с природным и вместе с тем значимый для него самого. Для жителей южноуральской степи это — металлургическое производство, одно из самых значимых в тогдашнем мире. Выплавка металла, вероятнее всего, происходила в каждом доме, обеспечивая вертикальную физическую и смысловую связь с землей, природой. Она же давала совершенно новые технологии и отношения, которых в природе не существует.

Структура поселения имеет вид концентрических окружностей. Внутри находятся жилые ячейки, построенные из дерева, без применения железа. С одной стороны, эта структура соответствует критериям органической формы — пропорциональности, ясности и т. п. [15]. С другой стороны, она собрана из модульных единиц, рассчитанных по антропометрическим параметрам (рис. 2).

Сама окружность в виде городской стены, как ее трактуют исследователи, это и граница между хаосом и порядком (который задает город), и «нечто ограниченное, предназначенное для отбора удачных форм, их возделывания и культивации» (С. Б. Веселова). Эта важнейшая архетипическая форма возникает на пересечении природного и цивилизационного начал. Она рождается естественным порядком, но одновременно отвечает устройству человеческой психики.



Рис. 2. Аркаим. Часть реконструированного протогорода. Фото автора. 2006

Стены толстые, насыпные (земля слабо укреплена камнями, не связанными раствором). Это говорит о том, что стена вряд ли имела оборонительную функцию. Стена защищает от ветров и определяет место человеческого поселения в бескрайнем мире. Согласно М. Веберу, А. М. Пятигорскому, В. Л. Гла-

³ «В каждом его жилище функционировала одна или несколько плавильных печей, поражающих современных исследователей оригинальностью своей конструкции. Рядом с печью находился колодец, при этом поддувало печи было связано с колодцем через устроенный в грунте воздуходувный канал. Проведенные учеными-археологами эксперименты показали, что аркаимская «чудо-печь» может поддерживать температуру, достаточную не только для расплава бронзы, но и для выплавки меди из руды (1200–1500 градусов!). Благодаря воздуховоду, соединяющую печь со смежным с ней колодцем пятиметровой глубины, в печи возникает тяга, обеспечивающая требуемую температуру. Таким образом, древние жители Аркаима воплощали в реальность мифологические представления о воде, рождающей огонь». — Малахова Н. М. Аркаим — небесная арка [Электронный ресурс]. URL: <http://nss.in.ua/index.php?part=3011> (дата обращения: 07.04.2014).

зычеву и другим исследователям ранних городов, она является важнейшим признаком города, обеспечивающим его «замкнутость».

Такая замкнутость имеет не столько физические, сколько психологические характеристики и связана, прежде всего, с пониманием особенности городского устройства. Исследователь города С. А. Смирнов подчеркивает: «Город возможен прежде всего как онтологическая идея, конституирующая и организующая повседневную жизнь людей. Идея города лежит в этом смысле в действительности мышления, а не натуральных форм. Не камень и гранит, а слово и смысл организуют тело идеи города. А вещная форма лишь обрамляет идею города...» [11].

Наличие подобной идеи обеспечивает первичность мышления о целом по отношению к частям и элементам — в этом смысле целостность практически ничем не отличается от органических форм [14, 17, 19].

Оставляя в стороне другие признаки протогородов, подчеркнем их однородность, отсутствие функциональной и социальной субординации пространства. Как только появляется дифференциация, город частично утрачивает свою целостность, в нем возникают очаги отчуждения и деструкции. Это заметно уже в Хараппе, разделенной на два города — верхний и нижний [1].

Каждая высокоразвитая цивилизация в конкретно-исторический период ставила проблему целостности не только в философских или религиозных текстах, но градостроительных и архитектурных решениях, художественных произведениях. С целым связывались и связываются представления о внутренней и внешней гармонии, здоровье, определенности положения человека в универсуме и другие положительные значения (холизм).

Движение от целостности к механической совокупности приводит к созданию среды, отчужденной от человека и даже вредной для него, как в телесном, так и в духовном плане, поскольку эта среда имеет другие законы организации. Об этом говорил в своих работах еще Н. А. Бердяев, понимавший, что «техника повсюду учит достигать наибольшего результата при наименьшей трате сил», но показывавший «составность», обезличенность и заменяемость (отсутствие уникальности, индивидуальности) технических объектов. «Организация, связанная с техникой, предполагает организующий субъект, т. е. организм, и он сам не может быть превращен в машину. Но организация имеет тенденцию и самого организатора превратить из организма в машину», — отмечает философ [2]. Эту же мысль выразил Ж. Бодрийяр, говоря о модернистских городах, где преобладает техника, как о местах, рядом с которыми человеку почти невозможно сосуществовать: «Когда строят образцовые города, создают образцовые функции, образцовые искусственные ансамбли, все остальное превращается как бы в отходы, в отбросы, в бесполезное наследие прошлого. Строя автостраду, супермаркет, супергород, вы автоматически превращаете все, что их окружает, в пустыню». В этом случае «культура превращается в производство отходов» [3].

Преодолеть деструктивные процессы возможно при актуализации темы целостности. Новая идея целого только формируется в теории, а процесс создания градостроительных, архитектурных, дизайнерских объектов не останавливается. Базовые характеристики целостности и варианты того, как

она может достигаться в современных условиях, можно определить, производя анализ современной архитектуры. Наиболее близко, как нам представляется, к теме целостности подходит испанский архитектор С. Калатрава (р. 1951).

Архитектор постоянно говорит, что использует в качестве стартовой точки проектов человеческое тело, однако нигде не воспроизводит его буквально: «Человеческое тело — бездонный учебник для архитектора. Более сложной архитектуры в природе, наверное, не существует» [10]. Одновременно С. Калатрава не считает строительные технологии главным источником архитектурного творчества. Можно сказать, что он следует идее своего великого предшественника Ф. Л. Райта, говорившего об отказе от всех «предвзятых форм» и «определении форм на пути природы материалов» при создании органической архитектуры [5, ч. 2, 46–47]. При этом масштабная архитектура и Ф. Л. Райта, и С. Калатравы, связанная с созданием комплексов, скорее отвечает критериям целостности, чем органичности. Ведущим принципом организации формы является движение от целого к частям (рис. 3).

Если сравнить понимание целостности архитекторами первых городов и современными авторами, то можно увидеть ряд общих моментов.

1. Учет окружения, начиная от города в целом и заканчивая окружением создаваемых архитектурных объектов водой. Правда, в отличие от строителей древности, С. Калатрава больше говорит о культурном «контексте» места. Но если считать город «второй природой», то разница не так велика. Тем более что архитектор подчеркивает ценность свободы человека [20] как главной смысловой составляющей деятельности по организации целого. Этот экзистенциальный аспект пока не изучался нами, так как он требует привлечения психологических данных и может быть исследован в дальнейшем.

2. Работа с конструкцией, в которой легче приблизиться к органическим формам. Линейная геометрия и использование фрактальных элементов позволяют прийти к результатам, в которых биоморфное и техническое тесно переплетены, приведены к синтезу.



Рис. 3. Город наук и искусств. Валенсия, Испания. 1994–2005.

Арх. С. Калатрава, Ф. Кадела. Фото с сайта: <http://mivalenciana.livejournal.com/9605.html>

3. Отсутствие декоративности, жесткий прагматизм формообразования, подобный тому, который можно наблюдать в природных формах. Известное выражение гласит, что «природа не терпит пустоты». То же самое можно сказать об архитектурных решениях. Если пустота сохраняется, то это значит, что она все же служит какой-то цели, создавая новые потенциальные возможности для реализации формы. Например, по одной из версий, в центре протогородов мог размещаться загон для скота, и сам город имел прототипом именно такой загон — карду. У современных авторов пустота может наделяться эстетическим значением, к примеру, давая городу «просвечивать» сквозь архитектуру.

Список сопоставлений можно продолжить, но это потребовало бы обширного иллюстративного ряда. Поэтому остановимся на констатации единства подходов. Сама возможность подобного единства в достижении целостности чрезвычайно важна для оценки современных цивилизационных процессов в целом и городских в частности. Принципиально новым, отличным от прошлого является возрастающий динамизм в трактовке формы, присущий работам С. Калатрава — от визуальных эффектов (например, в случае с многочисленными вантовыми мостами) до включения динамических конструкций в архитектурное сооружение (планетарий в Городе наук и искусств, Валенсия, Испания) (рис. 4).



Рис. 4. Территория Города наук и искусств. Валенсия, Испания. 1994–2005.
Арх. С. Калатрава, Ф. Кандела. Фото автора

Выводы

Мы видим, что взлеты культуры отмечены стремлением к созданию и поддержанию целостностей, в том числе в материально-предметной сфере. При этом говорить о целом достаточно просто, тогда как для его организации требуются особые усилия и особое мышление. С одной стороны, это мышление не противопоставляет себя природе. С другой стороны, оно прогностично, т. е. стремится просчитать возможные траектории развития и внешние обстоятельства существования целого. Соответственно, периоды кризиса отмечены в культуре не столько отказом от идеи целостности, сколько невозможностью поддерживать целое в изменяющихся условиях.

Историческая ретроспекция позволяет наметить тенденции будущего развития материально-предметных форм, свойственные дизайну и архитектуре XXI в.

1. *Бацалев В., Варакин А.* Тайны археологии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bibliotekar.ru/taunyuArheologii/8.htm> (дата обращения: 07.04.2014).

2. *Бердяев Н. А.* Человек и машина (проблема социологии и метафизики техники) [Электронный ресурс]. URL: http://krotov.info/library/02_b/berdyayev/1933_384.html (дата обращения: 6.04.2014).

3. *Бодрийяр Ж.* Город и ненависть [Электронный ресурс]. URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/1997_09/06.htm (дата обращения: 13.03.2013).

4. *Бонгард-Левин Г. М.* Древнеиндийская цивилизация. М., 1993. 320 с.

5. *Быстрова Т. Ю.* Эволюция органической архитектуры: трактовки и модификации. Ч. 1–2 // Акад. вестн. УралНИИпроект РААСН. 2013. № 1. С. 37–44; № 2. С. 45–50.

6. *Веселова С. Б.* Формирование городов [Электронный ресурс]. URL: http://www.kuchaknig.ru/show_book.php?book=168798 (дата обращения: 20.04.2014).

7. *Виноградов Н. Б.* Культурно-исторические процессы в степях Южного Урала и Казахстана в начале II тыс. до н. э. (памятники синташтинского и петровского типов) : автореф. дис. ... д-ра ист. наук. М., 2007 [Электронный ресурс]. URL: www.archaeolog.ru/files/vinogradov.doc

8. *Глазычев В. Л.* Античная система расселения (переживание Ойкумены) : [сайт Вячеслава Леонидовича Глазычева]. URL: http://www.glazychev.ru/publications/articles/1979_antic_systema_rasselenia.htm (дата обращения: 12.02.2013).

9. *Зданович Г. Б., Батанина И. М.* Аркаим — Страна городов: пространство и образы. Челябинск, 2007. 260 с.

10. *Мисонжников Я.* Калатрава // Tutdesign : [блог о дизайне]. 18.09.2010. URL: <http://tutdesign.ru/cats/object/1001-kalatrava.html> (дата обращения: 19.04.2014).

11. *Смирнов С. А.* Антропология города [Электронный ресурс]. URL: http://anthropology.ru/texts/smirseal/ancity_1.html (дата обращения: 21.03.2013).

12. *Сорокин П.* Социокультурная динамика и эволюционизм [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sorokinfond.ru/index.php?id=1299> (дата обращения: 20.04.2014).

13. *Черных Е. Н., Лебедева Е. Ю., Кузьминых С. В. и др.* Каргалы. Археологические памятники: история открытия, эксплуатации и исследований. М., 2002. Т. 1–3.

14. *Bultman C.* Ist Santiago Calatrava ein organischer Architekt [Electronic resource]. URL: <https://www.academia.edu/Download> (accessed: 28.01.2014).

15. *Vystrova T.* Development of Aristotel's Theory of Forms in Architectur // Biocosmology and the individual Development : The 4 International Seminar of Biocosmology and The 3

International Conference of Comparative Studies of Mind. Dec. 14–15, Chung-Ang University. Seoul, Korea, 2012. P. 15–16.

16. *Daley S.* A Star Architect Leaves Some Clients Fuming. Santiago Calatrava Collects Critics as Well as Fans [Electronic resource] // The New York Times. 2013. 24 Sept. URL: http://www.nytimes.com/2013/09/25/arts/design/santiago-calatrava-collects-critics-as-well-as-fans.html?_r=0 (accessed: 30.01.2014).

17. Definition Organische Architektur [Electronic resource] // Volkana. Organische Architektur. Eine Sammlung. URL: <http://volcania.wordpress.com/definition-organische-architektur/> (accessed: 3.03.2013).

18. *Kuchenbrod M.* Max Weber: Die okzidentale Stadt des Mittelalters als schöpferisches Aktivitätszentrum [Electronic resource]. URL: <http://www.matkuch1.de/tutcity.htm> (accessed: 20.04.2014).

19. *Ree P. van der.* Mensch und Natur als Inspirationsquelle. Ursprung, Entwicklung und Aktualität der organischen Architektur [Electronic resource]. URL: <http://www.organische-architektur.org/pags/docs/77.1336550571.pdf> (accessed: 16.03.2013).

20. Santiago Calatrava – An interview. By Aude-Barras On [Electronic resource] // The Ground. URL: <http://www.thegroundmag.com/santiago-calatrava-an-interview-with> (accessed: 2.02.2014).

Статья поступила в редакцию 11.05.2014 г.

УДК 323.21 + 323(470.5) + 342.71

Р. С. Мухаметов

ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Излагаются основные особенности электорального поведения населения Среднего Урала. Показано, что на предпочтения избирателей Свердловской области влияют такие факторы, как экономический, урбанистический, возрастной. Установлено, что политико-партийные предпочтения избирателей Среднего Урала обладают определенной степенью устойчивости. Делается вывод, что Свердловская область — регион с особой электоральной культурой.

К л ю ч е в ы е с л о в а: электоральное поведение; Средний Урал; Свердловская область; региональная электоральная культура; политическая регионалистика.

Для понимания электоральных процессов, происходящих на федеральном уровне, необходимо теоретически и эмпирически осмыслить электоральное поведение в регионах России, от специфики которого зависят результаты выборов на федеральном уровне. При анализе общенациональных выборов (президентских и/или парламентских) необходимо учитывать региональное своеобразие (географическое, культурно-историческое, этническое) современной России. Другими словами, организация федеральных выборов требует глубокого анализа электоральных предпочтений регионального и локального электоральных пространств.

Исследование электорального поведения жителей Свердловской области может предоставить дополнительные возможности для более эффективного прогнозирования федеральных выборов на территории Свердловской области.

МУХАМЕТОВ Руслан Салихович — доцент кафедры теории и истории политической науки Института социальных и политических наук Уральского федерального университета (e-mail: muhametov.ru@mail.ru).

© Мухаметов Р. С., 2014

Объектом данного исследования являются электоральные предпочтения жителей Свердловской области на федеральных выборах, а предметом — особенности электоральной культуры Среднего Урала.

Хронологические рамки исследования — с 1993 по 2012 г. Начальная дата определяется 1993 г., так как тогда прошли первые выборы депутатов в Государственную думу Федерального собрания РФ.

Источником информации о результатах выборов послужили официальные данные ЦИК РФ и Избирательной комиссии Свердловской области. Анализировались результаты голосований активной части избирателей, т. е. пришедших на участки голосования.

Электоральное пространство России мы разделили на следующие партийно-идеологические сектора: 1) левые силы (представлены КПРФ); 2) державно-патриотические силы (ЛДПР); 3) партия власти («Выбор России» — «Наш дом — Россия» — «Единство» — «Единая Россия»); 4) право-либеральные силы («Яблоко», «Союз правых сил», «Гражданская платформа»). Выбор политических партий был обусловлен тем, что они предоставляют избирателям широкий спектр альтернатив при определенной преемственности партийных проектов. При анализе думских кампаний основное внимание уделено выборам по партийным спискам, так как именно они отражают главные политико-идеологические тенденции.

Среди левых политических сил главное место занимает КПРФ (табл. 1). В настоящее время КПРФ является не только самой многочисленной из партий левой ориентации, но и крупнейшей из всех действующих в России политических партий. КПРФ массовая партия (по типологии Мориса Дюверже).

Таблица 1

**Электоральная поддержка КПРФ в Свердловской области
на президентских и парламентских выборах, %**

Выборы	РФ	Свердловская область	Разница
Президентские выборы 2012 г. (Зюганов)	17,18	12,14	+5,04
Парламентские выборы 2011 г.	19,2	16,8	+2,4
Президентские выборы 2008 г. (Зюганов)	17,72	13,18	+4,54
Парламентские выборы 2007 г.	11,57	7,65	+3,92
Президентские выборы 2004 г. (Харитонов)	13,69	7,78	+5,91
Парламентские выборы 2003 г.	12,61	7,89	+4,72
Президентские выборы 2000 г. (Зюганов)	29,21	17,21	+12
Парламентские выборы 1999 г.	24,29	12,04	+12,25
Президентские выборы 1996 г. (1-й тур — Зюганов)	32,03	11,66	+20,37
Парламентские выборы 1995 г.	22,3	8,25	+14,05
Парламентские выборы 1993 г.	12,4	5,79	+6,61

Источники: данные ЦИК РФ и Избирательной комиссии Свердловской области.

Первой особенностью электоральной культуры Среднего Урала является пониженный фон голосования за КПРФ. Для сравнения: на общероссийском уровне за коммунистов голосуют более активно. Чем детерминировано такое голосование? Как нам представляется, данное электоральное поведение обусловлено уровнем жизни и социально-экономической ситуацией в регионе. По большинству основных социально-экономических показателей развития Свердловская область входит в первую десятку регионов Российской Федерации. На протяжении нескольких лет Свердловская область опережает среднероссийский уровень по размеру среднедушевых доходов. Так, в номинальном выражении среднедушевые денежные доходы населения Свердловской области в 2012 г. составили 27 394 руб., что выше среднероссийского показателя на 20 % (или на 4,6 тыс. руб.). В рейтинге социально-экономического положения субъектов РФ по итогам 2012 г., построенном экспертами рейтингового агентства «РИА Рейтинг», Свердловская область занимает 6-е место [6]. Качество жизни является одним из важнейших признанных ООН показателей, характеризующих уровень развития стран. В рейтинге регионов по качеству жизни в 2012 г. Средний Урал занимал 19-е место, а в группе «уровень доходов» — 10-е место [2].

Таким образом, можно констатировать, что социально-экономическое положение региона является высоким, поэтому у жителей области в целом нет особых причин голосовать за левую оппозицию, т. е. за те политические силы, в чьих программах содержатся обещания социальной помощи.

С нашей точки зрения, уровень жизни и социально-экономическая ситуация в регионе — лишь один из многих факторов, определяющих электоральное поведение.

Другой фактор, который оказывает влияние на уровень поддержки КПРФ и Г. А. Зюганова в Свердловской области, — урбанистический фактор. Как правило, городское и сельское население в России голосует по-разному. В частности, предпочтение коммунистам отдается там, где доля сельского населения выше, чем по России в целом. На Среднем Урале сельское население составляет 16 % (2013), а общероссийский показатель равен 27 %.

Исследование электоральной поддержки ЛДПР может представлять особую ценность для изучения закономерностей политических предпочтений и электорального поведения населения (табл. 2). ЛДПР относится к державно-патриотическому сектору политического пространства страны, представляет национально-патриотические ориентации электората.

Вторая особенность электорального поведения жителей Свердловской области — доля отданных за либерал-демократов голосов превышает средний показатель по России.

С нашей точки зрения, электорат ЛДПР в частности и державно-патриотических сил в целом в решающей степени зависит от этнического фактора, а именно от доли русских в составе населения. Чем выше доля русского населения, тем большую поддержку получает партия Жириновского. Что касается Среднего Урала, то русские составляют здесь более 90 % населения (общероссийский показатель — 80 %).

Таблица 2

**Электоральная поддержка ЛДПР на Среднем Урале
на президентских и парламентских выборах, %**

Выборы	РФ	Свердловская область	Разница
Президентские выборы 2012 (Жириновский)	6,22	5,2	+1,02
Парламентские выборы 2011	11,7	16	-4,3
Президентские выборы 2008 г. (Жириновский)	9,35	14,59	-5,24
Парламентские выборы 2007 г.	8,14	11,04	-2,9
Президентские выборы 2004 г. (Малышкин)	2,02	2,19	-0,17
Парламентские выборы 2003 г.	11,45	13,91	-2,46
Президентские выборы 2000 г. (Жириновский)	2,7	3,94	-1,24
Парламентские выборы 1999 г.	5,98	7,3	-1,32
Президентские выборы 1996 г. (1-й тур – Жириновский)	5,7	4,88	+0,82
Парламентские выборы 1995 г.	11,18	9,2	+1,98
Парламентские выборы 1993 г.	22,92	17,72	+5,2

Источник: данные ЦИК РФ и Избирательной комиссии Свердловской области.

Термин «партия власти» прочно закрепился в российском политическом лексиконе. Данный титул поочередно принадлежал таким партиям и общественно-политическим организациям, как «Демократический выбор России» Е. Гайдара (1993), «Наш дом – Россия» (НДР) В. Черномырдина, «Межрегиональное движение “Единство”» С. Шойгу (1999) и, наконец, «Единая Россия» (ЕР) (2003) [1, 308–309] (табл. 3).

Таблица 3

**Электоральная поддержка партий власти в Свердловской области
на президентских и парламентских выборах, %**

Выборы	РФ	Свердловская область	Разница
Президентские выборы 2012 г. (Путин)	63,6	64,5	-0,9
Парламентские выборы 2011 г. (ЕР)	49,3	32,7	+16,6
Президентские выборы 2008 г. (Медведев)	70,28	68,98	+1,3
Парламентские выборы 2007 г. (ЕР)	64,3	62,04	+2,26
Президентские выборы 2004 г. (Путин)	71,31	76,34	-5,03
Парламентские выборы 2003 г. (ЕР)	37,57	34,14	+3,43
Президентские выборы 2000 г. (Путин)	52,94	62,75	-9,81
Парламентские выборы 1999 г. («Единство»)	23,32	25,7	-2,38
Президентские выборы 1996 г. (1-й тур – Ельцин)	35,28	59,45	-24,17
Парламентские выборы 1995 г. (НДР)	10,13	8,32	+1,81
Парламентские выборы 1993 г. («Выбор России»)	15,51	25,2	-9,69

Источник: данные ЦИК РФ и Избирательной комиссии Свердловской области.

Третья особенность — для Среднего Урала характерен конформистский тип голосования, т. е. электоральное поведение, результатом которого является голосование за партии, созданные правящими элитами. Как нам представляется, это обусловлено двумя причинами. Во-первых, региональной мифологией. Александр Твардовский в поэме «За далью даль» показал роль Уральского региона в жизни России: «Урал — опорный край державы». Эти слова стали брендом Свердловской области.

Урал! Завет веков и вместе —
Предвестье будущих времен,
И в наши души, точно песня,
Могучим басом входит он —
Урал! Опорный край державы,
Ее добытчик и кузнец,
Ровесник древней нашей славы
И славы нынешней творец!

Эти слова символизируют историческое прошлое региона — в годы Великой Отечественной войны Урал был важнейшим военно-промышленным центром. Данный слоган используется и сейчас. Однако первоначальный смысл, который вкладывался в слова «опорный край державы», трансформировался. Средний Урал — это не только производственная и экономическая база, но и политическая опора федеральной власти.

Вторая причина конформистского типа голосования связана с экономикой региона. Регионы с высоким качеством жизни, как правило, голосуют за действующую власть. В частности, Свердловская область в 2013 г. в рейтинге регионов по качеству жизни (группа показателей «Уровень экономического развития»), составленном экспертами рейтингового агентства «РИА Рейтинг», занимает высокое 11-е место [3]. В рейтинге социального самочувствия регионов России, подготовленном Фондом развития гражданского общества при содействии и на основе данных Фонда «Общественное мнение», Свердловская область в августе 2013 г. входила в группу регионов со средним рейтингом (54 балла), а в ноябре — с высоким рейтингом (64 балла) [4, 5].

Правые на партийном поле представлены двумя основными либеральными объединениями — партия «Яблоко» и «Союз правых сил» (СПС).

Следующая особенность электоральной культуры Свердловской области — повышенный фон голосования за либералов (табл. 4). Чем это можно объяснить? С нашей точки зрения, главная причина — уровень урбанизации. «Правое» голосование характерно для городской культуры. Существует группа урбанизированных регионов с относительно высоким образовательным уровнем, где местная политическая культура как бы копирует крупногородскую. Как нам представляется, Средний Урал относится как раз к таким территориям. Так, городское население Свердловской области составляет 83,89 %, что выше средней отметки по России (73,7 %). Как мы знаем, город всегда отличается от села своими реформаторскими настроениями. Высокая доля интелли-

Таблица 4

**Электоральная поддержка либералов в Свердловской области
на президентских и парламентских выборах, %**

Выборы	РФ	Свердловская область	Разница
Президентские выборы 2012 г. (Прохоров)	7,98	11,46	-3,48
Парламентские выборы 2011 г.	3,43/ —	4,3/ —	-0,87/ —
Президентские выборы 2008 г.	—	—	—
Парламентские выборы 2007 г.	1,59/0,96	2,04/1,72	-0,45/-0,76
Президентские выборы 2004 г. (Хакамада)	3,84	5,57	-1,73
Парламентские выборы 2003 г.	4,3/3,97	6,03/7	-1,73/-3,03
Президентские выборы 2000 г. (Явлинский)	5,8	7,64	-1,84
Парламентские выборы 1999 г.	5,93/8,52	8,4/12,3	-2,47/-3,78
Президентские выборы 1996 г. (1-й тур — Явлинский)	7,34	5,36	+1,98
Парламентские выборы 1995 г.	6,89/ —	6,65/ —	+0,24/ —
Парламентские выборы 1993 г.	7,86/ —	8,17/ —	-0,31/ —

Примечание. В числителе дроби — показатели партии «Яблоко», в знаменателе — СПС.
Источник: данные ЦИК РФ и Избирательной комиссии Свердловской области.

генции и лиц с высшим образованием, развитый бизнес создают социальную базу голосования за либералов.

Таким образом, сравнительный анализ результатов президентских и парламентских выборов позволяет выделить следующие особенности электоральной культуры Свердловской области:

- пониженный уровень голосования за левых;
- более высокую поддержку, чем в целом по России, имеет ЛДПР;
- конформистский тип голосования;
- уровень поддержки политических объединений, отстаивающих либеральную идеологию, превышает общероссийские показатели.

Кроме того, анализ федеральных выборов на территории Свердловской области говорит о том, что:

- 1) политико-партийные предпочтения избирателей Среднего Урала обладают определенной степенью устойчивости;
- 2) Свердловская область — регион с особой электоральной культурой.

1. Мухаметов Р. С. Место и роль «партии власти» в политическом дискурсе // Дискурс Пи. Екатеринбург, 2010. Вып. 10.

2. Рейтинг качества жизни в регионах России. 2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.riarating.ru/> (дата обращения: 20.01.2014).

3. Рейтинг качества жизни в регионах России. 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.riarating.ru/> (дата обращения: 20.01.2014).

4. Рейтинг социального самочувствия регионов России. Вып. 1. 2013. Авг. [Электронный ресурс]. URL: <http://civilfund.ru/mat/view/27> (дата обращения: 20.01.2014).
5. Рейтинг социального самочувствия регионов России. Вып. 2. 2013. Ноябрь. [Электронный ресурс]. URL: <http://civilfund.ru/mat/view/44> (дата обращения: 20.01.2014).
6. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ. Итоги 2012 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.riarating.ru/> (дата обращения: 20.01.2014).

Статья поступила в редакцию 20.02.2014 г.

УДК 323.213 +316.323.72

Ю. А. Ермаков

ФОРМИРОВАНИЕ «НОВОГО ЧЕЛОВЕКА»: СОВЕТСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

Раскрываются советские способы создания «нового человека»: ценностная дезориентация, культивирование личности псевдособственника, принуждение к единомыслию, превращение во врага. Показано, что их применение привело к появлению целой галереи типов личности, которые стали «человеческой базой» существования реального социализма и обрекли его на историческое поражение.

К л ю ч е в ы е с л о в а: советский строй; личность; миф; собственность; привилегии; гомо советикус.

В эволюции человечества в череде сменяющихся друг друга культур, экономических формаций, политических режимов каждое общество, обретая новый социально-экономический уклад, постепенно и в значительной степени стихийно формирует присущие ему типы человеческой личности. Иными словами, создает такие сравнительно новые модусы субъективной структуры статистического большинства людей, которые строятся на вновь возникших поведенческих и духовных алгоритмах и выражают специфические особенности и уникальность того или иного социума.

Вместе с тем эти социокультурные образования являются не просто отражением общественных изменений, но служат активной «человеческой базой» для укрепления и защиты политического правления, социальных структур и экономической организации этих обществ. Очень точно и понятно сформулировал данный процесс у отдельного человека Э. Фромм: «...в процессе приспособления к новым социальным условиям в человеческой психологии развиваются те черты характера, которые в дальнейшем заставляют его *хотеть* действовать именно так, как ему *приходится* действовать» [10, 362]. Таким образом, можно сказать, что каждое общество так или иначе занимается «производством» у людей их личностной морфологии, которая, в свою очередь, может

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

© Ермаков Ю. А., 2014

быть как развитием, так и подавлением их подлинной индивидуальности и уникальности. Иными словами, жизнеспособность и успешность разных стран и государств в значительной степени зависят от того, насколько им удалось сформировать и подготовить людей к выполнению определенных общественных обязательств, социальных функций, т. е. направить их энергию и сознание на плодотворное решение стоящих перед ними конкретно-исторических задач.

Разумеется, в человеке на протяжении всей истории сохраняются и общие, инвариантные черты, обеспечивающие преемственность общечеловеческой эволюции, ее связность и единство при всем многообразии общественных форм и проявлений человеческой природы. И вместе с тем формирование новых черт в человеке в основном происходит не преднамеренно, а стихийно, они складываются как результат равнодействия множества переплетающихся между собой и конфликтующих друг с другом социальных сил и влияний. Стихийность и даже бессознательность деяний индивидов в конкретном обществе подчеркивает и лауреат Нобелевской премии по экономике Ф. Хайек: «Управляемые в своем поведении тем, чему научились, мы зачастую не знаем, почему мы делаем то, что делаем» [11, 44]. Это означает и то, что алгоритмы поведения и восприятия мира люди осваивают постепенно и в значительной степени внерационально, не подвергая, как правило, рефлексии свои привычные и естественные мысли и поступки. Однако методы и способы специфической социализации индивидов в конкретном социуме служат тем не менее вполне определенной трансформации социальных требований, идущих от макроформ человеческого общежития, в личностные качества и черты, т. е. в необходимый данному обществу сознательно-волевой облик человеческих индивидов. Этот фундаментальный факт тесной взаимосвязи между чертами личности и методами ее формирования подчеркивает и Э. Фромм: «Саму структуру общества и структуру личности представителей данного социума нельзя объяснить воспитанием, принятым в данном обществе. Как раз наоборот, сам процесс воспитания членов общества определяется требованиями, которые, в свою очередь, являются результатом процессов, происходящих в социально-экономической структуре данного общества. Тем не менее методика воспитания сама по себе выполняет важную функцию, ее можно рассматривать как некое *средство для преобразования социальных запросов в личные качества людей* (выделено мной. — Ю. Е.)» [10, 366].

Взаимосвязь особенностей общества и черт личности, опосредованную методами ее формирования, хорошо видно, к примеру, в проектах древних философов. Так, Платон считал, что в идеальном государстве представителям всех сословий необходимы добродетели, обусловленные, в первую очередь, требованиями разделения их труда. Правители должны обладать мудростью и разумом, стражи, охраняющие государство от внешних и внутренних врагов, — мужеством и отвагой, а земледельцы, строители и ремесленники — послушанием, благоразумием и умеренностью в удовлетворении своих нужд. Ученик Платона Аристотель уже и сами формы государственного устройства делил на правильные и неправильные в зависимости от этической природы

царящего в них властного порядка. Так, например, политейю — государствен- ный режим, прототипом которого было правление Солона в Афинах, — он считал наилучшим. В нем господствовали не богачи (олигархия) или бедняки (демократия) с присущей этим сословиям этикой и психологией, а граждане среднего достатка. Именно им, считал Аристотель, в наибольшей мере прису- ща забота об общем благе и счастье других людей. Не случайно великий мыслитель в своем знаменитом определении человека как «политического животного» имел в виду, прежде всего, нравственную («общительную») со- ставляющую человека.

Следует сказать, что традиция проектирования в обществе адекватной ему личности, заложенная в глубокой древности, сохранилась и по сей день. По- нятно при этом, что тип личности («социальный характер», по Э. Фромму), внедряемый в индивида конкретным обществом, меняет, модифицирует его природную индивидуальность. И таким образом частично или полностью превращает этого индивида в адаптированную к жизненным обстоятельствам личность социального функционера. Отчасти эта редукция в социуме проис- ходит и потому, что нарушается определенная мера в соотношении внедряе- мого государством и обществом извне, с одной стороны, и индивидуальной, спонтанной самодеятельности человека — с другой. Нарушение этой сбалан- сированной личности особенно характерно для тиранических, деспотических или автократических обществ, не считающихся с правами и свободами от- дельного человека. В этом случае «проектирование» и «внедрение» из воспи- тания и социализации человека превращается в процесс социально-полити- ческих манипуляций, отнимающих у индивидов их собственную волю, пара- лизующих своеобразие их мышления, креативность и уникальность данных от природы способностей. Вот почему совершенно ясно, что такие государства и общества не имеют исторической перспективы, они обречены на исчезнове- ние в человеческой истории.

Собственно, так и произошло с советским государственным вариантом модернизации российского общества, отличавшимся великими и спаситель- ными намерениями и целями, но плачевно закончившим свой, казалось бы, успешный поначалу исторический путь. В этом судьба советского общества не отличалась от многих других тоталитарных, автократических обществ в XX в., когда национал-социалистические, фашистские, бонапартистские политичес- кие режимы укрепились на огромных пространствах — в странах Восточной Европы, Центральной и Юго-Восточной Азии, в Латинской Америке, Китае и Северной Корее, в мусульманских государствах Ближнего Востока. Несмотря на разнообразие форм и типов, связанных с историческими, культурными традициями, географическим положением, устройство этих государств имеет и общие черты. Так, для них характерны, как правило, неограниченные воз- можности властей и их командное вмешательство в любые сферы жизни, упор на единую «общенародную» идеологию (марксизм-ленинизм, национал-соци- ализм, маоизм, ислам и т. д.), однопартийная политическая система, монопо- лия на СМИ, общественные организации и все виды организованного наси- лия, милитаризация и полный контроль над экономикой. Однако важнейшим

отличием тоталитарных обществ от родственных им деспотий, тираний, диктатуры или султанистского правления является всеохватывающее огосударствление, установка на однородность и слитность всех без исключения сфер общественной жизни, превращающие государство в самоцель, а индивида — в личностную функцию воспроизводства властных порядков. Вместе с тем государственное засилье и давление само по себе может создать только механическую солидарность в обществе. Авторитарной политикой, репрессиями, а то и государственным террором нельзя решить созидательные задачи, стоящие перед обществом (например, ускоренной индустриализации, урбанизации, выхода в космос и т. п.). Вот почему такому обществу требуется целая галерея социальных типов и характеров, обладающих энтузиазмом, способных к творческому конструированию новых общественных порядков. И — как это произошло в России — в течение десятилетий ожидающих воплощения в жизнь многовековых чаяний, идеалов и надежд на построение самого справедливого в мире общества.

Очевидно, что такие свойства человеческой личности не сформировать с помощью лишь политико-идеологической индоктринации и рассуждений о необходимости воспитания всесторонне развитого индивида, человека труда, интернационалиста и патриота своей страны. Хотя, безусловно, и эти усилия могут привести к практическим результатам, поскольку обладают воспитательным, суггестивным потенциалом. Однако для полноценного конструирования и социализации «новых людей» нужны особые способы, формирующие ключевые параметры человеческой личности — ее мировоззрение и ценности, материальные интересы и алгоритмы мышления, а также убежденность в исторической закономерности и справедливости общественного устройства.

Вот почему переделка человеческой природы и формирование «нового человека», трансформация отдельного индивида во «всемирно-историческую личность» стали мировоззренческим кредо советского общества, обусловившим социально-политические манипуляции людьми в любых сферах их жизнедеятельности — от публичных до самых интимных. Эти манипуляции разрушали автономность связи индивидов со своей семьей, этносом и национальностью, расой, языком, полом, историческими обычаями и традициями. «Атомизированный» таким образом индивид, лишенный идентичности, права на частную жизнь, на гражданское противостояние государству и возможностей свободного построения своей судьбы, неотвратимо ощущал потребность в «спасительной лжи» — социальных иллюзиях, мировоззренческих мифах, дающих ему жизнеспособность и энтузиазм в борьбе за коллективные цели и идеалы. Эту задачу формирования позитивной мотивации в деятельности советских людей решал особый способ их ценностной дезориентации.

Необходимо подчеркнуть, что потребность людей в социальных иллюзиях и мифах активизируется, как правило, в революционный или переходный период развития общества. Первая мировая война, Октябрьская революция, Гражданская война, голод и разруха в стране, большевистский террор и политика военного коммунизма — эти и другие исторические обстоятельства создавали экстремальные условия для индивидуальной человеческой жизни.

Естественное в этих событиях стремление выжить обуславливало зарождение такого всеобщего духовного настроения, который Питирим Сорокин впоследствии назвал «законом социального иллюзионизма». По свидетельству русского социолога, этот закон особенно явственно проявился в действиях населения России, увлеченного в тот период высокими идеалами: «самоуправление народа», «полная демократия», «мир, хлеб и свобода», «полное равенство», «раскрепощение трудящихся классов», «власть рабочих и крестьян», «мировая революция». «Из одного края великой русской земли до другого проносились они, — с горечью пишет он как очевидец, — заражали миллионы, зажигали их огнем энтузиазма и фанатизма, будили и опьяняли их и возбуждали великую веру к себе и в себя. Казалось, что великий час пробил, вечножданное наступает, мир обновляется и “синяя птица” всех этих ценностей в руках... История еще раз обманула верующих иллюзионистов. Поистине “слепые вели слепых и все упали в яму”» [7, 193].

Очевидно, что закон социального иллюзионизма действует не в результате чьего-то субъективного произвола, а является объективным и устойчивым. Он стихийно воплощается в сознание людей, взаимодействующих в экстремальных исторических обстоятельствах, резко усиливает подчинение индивида массе, личности — толпе, отдельных людей — психологии и действиям больших социальных групп и является свидетельством власти социальных иллюзий над сознанием и волей утративших свою автономию индивидов. В свою очередь, можно вполне предположить, что этот закон становится проявлением в человеческой истории общебиологического закона эволюции приматов и гоминид, находящихся в процессе выживания под контролем групповой формы естественного отбора. Во всяком случае, «иллюзионизм» с очевидностью обнаруживается в индивидуальной активности людей, фанатично приверженных социально-политическим мифам и грезам, но не имеющих адекватных представлений о логике исторических событий и движении общества в целом. «Тьмы низких истин нам дороже нас возвышающий обман», — так поэтической строкой характеризует П. Сорокин проявление этого закона в сознании и действиях больших масс людей. Показательно, что уже современный социолог Ю. Левада, изучая метаморфозы «советскости» в нынешних россиянах, обнаружил и у них аналогичный феномен. Имея в виду их статистическое большинство, он замечает, что «их легко развлечь, увлечь, и не то, чтобы легко “надуть”, они, скорее, сами просят: “Надуйте нас, пожалуйста. Нарисуйте нам хорошую картинку, и мы обрадуемся”. Ну а поскольку у нас “рисующие” сейчас люди активные, достаточно сообразительные, то эту картинку нам всем и стали рисовать...» [3, 4].

Вместе с тем следует подчеркнуть, что в советском обществе этот «возвышающий обман» воплотился в конечном итоге в логически стройную и эмоционально окрашенную систему мировоззренческих мифов — о «всемирно-исторической роли пролетариата», о «коммунизме — светлом будущем всего человечества», об «извечном антагонизме труда и капитала», о «пролетарской демократии», о неизбежном «загнивании капитализма», о «коллективистской природе человека» и т. п. Совокупность этих идеологических мифологем стро-

илась на стержневой иллюзии, которую с энтузиазмом внедряли в массовое сознание институты пропаганды, образования и воспитания, — об открытии марксизмом-ленинизмом основополагающих законов эволюции человечества, которые неотвратимо приведут к построению на земле коммунистического общества. Мощь и сила влияния этого мифа заключались в том, что он отвечал извечным чаяниям человека, мобилизовал архетип о будущем воцарении на земле, превращая эту реликтовую человеческую интенцию в актуальное средство социально-политической регуляции повседневной жизни людей.

В действительности же система мифов вытесняла адекватное восприятие реальности, замещая его знанием иллюзорным и воображаемым, делающим, однако, человека терпимым и нечувствительным к воздействию экстремальных факторов своей жизни. Кроме того, мифы являлись убедительным аргументом легитимации власти тоталитарного государства, успехи политики которого, подчас умело инсценированные, обеспечивали прямую их связь с конструированием новой, советской реальности. Этот параллелизм и гарантировал эффективное закрепление идеологических концептов в общественном сознании.

В субъективно-индивидуальном плане культивирование иллюзорного сознания посредством социальных институтов (школа, вуз, СМИ, искусство, общественные науки т. д.) фактически имело главной целью формирование иррациональной, а подчас и фанатичной веры в ценности революционных преобразований, неизбежность построения социализма, воспитание личности коммунистического типа, утверждение культа государства и государственности, сакральности авторитета партии большевиков и т. п. И, соответственно, полное признание политики государства, пусть и ценой больших издержек, жертв воплощающего их в жизнь. Формирование в индивидах этой веры было архиважным, поскольку ее наличие освобождает людей от необходимости собственного анализа реальности, прорыва к ней сквозь пелену дезориентации. Словом, усилия индивидуальной интеллектуальной работы такая вера делает излишними, она служит для индивида средством упрощения, редукции сложных фактов и событий, позволяя приписывать им уже готовый идеологический смысл. В конечном итоге иррациональная вера становится важнейшим компонентом идейно-политической убежденности личности и сплачивает людей на основе общих ценностей, незримо скрепляя при этом солидарные отношения между субъектами и объектами политической власти. Кроме этого иррациональная вера, пронизывая собой основные компоненты структуры личности (знания, чувства, влечения), обеспечивает ее добровольное самопринуждение к повиновению, к «исполнению долга» перед государством, партией, трудовым коллективом и т. д. Другими словами, в отношении человеческой индивидуальности эта вера играет репрессивную роль, заменяя внешнее насилие — насилием символическим, направленным на придание позитивного значения и смысла любым, даже самым абсурдным и разрушительным проявлениям политики властей.

Следует еще раз подчеркнуть, что таким образом ценностная дезориентация с помощью мифов, идеологием, социальных грез и иллюзий стала символическим насилием над людьми. Эффективность этого насилия заключается

в том, что люди его в повседневной жизни не ощущают, о нем подчас даже не ведают, хотя «добровольно» действуют в окружающем мире под его непосредственным влиянием.

Результатом этой дезориентации и насилия становится, прежде всего, появление людей — сознательных апологетов советского строя. Они действуют в первую очередь в структурах идеологической, политико-экономической власти в качестве руководителей — проводников линии режима и освящены доверием партии и государства. В конечном итоге эти высшие должностные лица превращаются в неприкасаемую касту, наиболее полно воплощающую в себе великие коммунистические символы и идеи. Под влиянием сакрализации у этой категории людей их подлинная индивидуальная личность уходит в тень и становится невидимой и незримой. Однако на ее месте как бы возникает «другой субъект», заменяющий ее в общественном мнении и массовом сознании. Хотя, по описанию историков, многие высшие советские лица были весьма посредственными и даже ничтожными людьми (канцелярист Молотов, злобный палач Мехлис, хитрый кадровик Маленков, безликий Шверник и т. д.) [1, 47].

Однако наиболее ярко ценностная дезориентация проявилась в формировании в массе рядовых людей — личностей апологетов-энтузиастов, закодированных масштабом социалистических преобразований, приобщенностью к великим «историческим перспективам». Энтузиазм фонтанировал у многочисленных рекордистов в различных отраслях народного хозяйства, у первопроходцев, а также у поющих гимн «свободному труду на благо общества» интеллигенции и интеллектуалов. Даже, например, выдающийся писатель-реалист М. Горький воспринял строительство советскими заключенными Беломорканала как апофеоз «социалистического труда».

Вместе с тем советская технология дезориентации человека служила не только формированию определенного типа личности. Она выполняла также инструментальную роль, поскольку стала оправданием различных форм государственного насилия. В частности, превратила осуществление сталинским режимом репрессий в легитимный в глазах населения процесс. Вот почему судебные процессы над «врагами народа», поддержанные мощной пропагандистской машиной, вызывали массовую поддержку, «праведный гнев» и коллективные требования безжалостной расправы с подсудимыми. Более того, ценностное оправдание насилия в качестве иезуитской манипуляции и как яркий факт советской истории проявилось в знаменитых самоговорах старых большевиков, поскольку они «в интересах партии и социализма» вполне сознательно и добровольно одобряли свое тюремное заключение и сталинские казни. В этих многочисленных самоговорах с потрясающей очевидностью обнаружился злокачественный характер дезориентации тех, кто по своей воле приносил себя в жертву фанатичной вере и мифологии, идеологически обслуживающих советский строй.

Ценностная дезориентация служила не только способом легитимации одних видов насилия, но и сокрытием, маскировкой других. Так, всеобщий государственный наем превращал всех работников в городе и деревне в подне-

вольных и госзависимых, поскольку исключал возможность выбора человеком иных форм труда и занятости. Однако это принуждение к трудовой деятельности в контексте всеобъемлющей зависимости от государства нуждалось в идеологическом прикрытии, парализующем осознание работником своего полукрепостного положения. Поэтому индивиды с раннего детства через систему образования, воспитания и пропаганды впитывали миф о «советском человеке — хозяине своей страны». В нем полная подчиненность работника государственно-бюрократической собственности была представлена в качестве «хозяйского» отношения к не принадлежащему ему имуществу, подневольный труд выдавался за «свободный труд на благо общества», а насильная прикрепленность беспаспортных крестьян к земле, горожан через прописку — к жилью свидетельствовала о наличии у них права на «общенародную» собственность.

Кроме того, господство партийного государства в отношении собственности маскировалось и совокупностью политических симулякров — паллиативных общественных организаций, призванных культивировать в человеке «чувство хозяина». Советы трудовых коллективов и народный контроль на производстве, рабочие бригады коммунистического труда, профсоюзы как школа государственного управления — эти и другие социальные институты наряду с реальной деятельностью должны были развивать в индивидах «чувство хозяина» всего имущества в стране, создавать у них иллюзию обладания «общенародной» собственностью, воспитывать ответственность за ее сохранение и приумножение.

Так, в сочленении с ценностной дезориентацией действовала еще одна советская технология формирования «нового человека», культивировавшая в подневольных и госзависимых людях личность псевдособственника. В ней были задействованы естественные для нормального человека материальные интересы, которые в результате их «переформирования» обретали не свойственную им от природы ложную направленность. И дело здесь в иррациональном характере собственности в СССР, которая именовалась «социалистической», «общенародной», «государственной» и т. п. Однако ни одно из этих имен не раскрывало ее противоречивый характер, обусловленный антагонизмом ее внутренних свойств. Так, этот тип отношений собственности был как будто бы основой материальной и духовной жизни населения страны, и в этом смысле собственность принадлежала всем (была общей) и никому в отдельности. Вместе с тем функции реального управления этой собственностью были в руках номенклатурной бюрократии и позволяли ей достичь (в сравнении с остальным населением) высокого уровня личной материальной обеспеченности. Однако это совсем не означало, что доходы от собственности могли быть ею капитализированы, давать управленцам законную частную прибыль и дивиденды. В значительной степени эти доходы обеспечивали различные льготы и привилегии партгосноменклатуры, превращавшие ее в замкнутую касту с собственным циклом самообеспечения: от жилых зданий повышенной комфортности, специализированных магазинов, закрытых медицинских служб, образовательных учреждений, санаториев, дач и домов отдыха до особого доступа к эксклюзивной политической информации, западному искусству, возможности регулярных поездок за

границу и т. п. Это рентное существование политбюрократии удалось обеспечить себе еще и потому, что она скрывала от общества не только свое безраздельное господство, но и — самое удивительное! — сам факт своего существования. Уход в мнимое небытие целого сословия был обеспечен, в частности, дезориентацией общественных наук и массового сознания, куда принудительно внедрялась фальсифицированная в сталинский период социологическая схема структуры населения (рабочий класс, крестьянство, служащие и интеллигенция), позволявшая номенклатуре прятаться в массе «государственных служащих» или произвольно относить себя к «народной интеллигенции». Благодаря такому теневому владычеству и выдавая публично свои интересы за общенародные, номенклатура тайно присваивала в процессе распределения и использовала для приумножения своей власти значительную долю общественного богатства, созданного трудом всего населения.

Думаю, что недалек от истины был К. Маркс, когда в «Экономико-философских рукописях 1844 года» описал будущий казарменный строй (каким и был в значительной степени советский уклад), возникающий на основе так называемой «всеобщей частной собственности» [5, 114]. Он точно при этом назвал взаимоисключающие предикаты этой собственности: частная и одновременно общая. Принадлежа всем и вообще формально кому попало, она была изначально обречена на экономическую неэффективность из-за безответственности ее «владельцев», способных лишь к «всемирной ташиловке» (всего, что плохо лежит), к грубому стяжательству и погоне за дефицитными вещами. С другой стороны, будучи «частной», она де-факто являлась «номенклатурной собственностью», поскольку позволяла создавать для управленческой верхушки (сотен тысяч партийных функционеров и советских бюрократов) незаконные привилегии, присваиваемые ею в процессе монопольного распоряжения материальными ресурсами страны.

Следует подчеркнуть, что под «привилегиями» я не имею в виду легальные преимущества, которые необходимы для материального обеспечения полномочий органов власти, а также льготы для социально уязвимых слоев — многодетных семей, инвалидов, безработных, пенсионеров, учащихся и т. п. Я имею в виду законодательно не закрепленную архаично-рентную форму распределения материальных благ и социальных ценностей (рекреационных, информационных, правовых, культурных), которая крепила иерархическое строение общества, служила укоренению отношений начальствования и подчинения, пронизывающих его сверху донизу. В условиях острого дефицита материальных ресурсов для повседневной жизни и бытовых товаров эти привилегии — избыточные квадратные метры и комфортные помещения для жилья, регулярные продуктовые пайки с икрой, бесплатные путевки в закрытые санатории и дома отдыха, заграничный туризм, персональный транспорт и личная телефонная связь, наличие для семей бюрократов удобных госдач и т. п. — затрагивали тончайшую материю социально-нравственной мотивации людей и очень часто становились истинным смыслом их общественной активности.

Примечательно, что сама этимология слова «привилегия» достаточно красноречива: *privus* — отдельный, особый, единичный и *lex* — закон, отсюда

privilegium — специальный закон для отдельного лица. Наличие масштабных (по тем временам) привилегий у партийного, советского начальства и хозяйственных руководителей отражало всеобщую экономическую зависимость граждан от государства и было своеобразной оплатой отсутствия в стране полноценной частной собственности. Вместе с тем в силу своей незаконности и скрытности система привилегий являлась своеобразным подкупом государством своих служащих и была рассчитана на стимулирование их лояльности и преданности ему и его политике.

Подчас наличие номенклатурных привилегий обосновывалось необходимостью повышения эффективности государственной власти и хозяйственного управления в стране. Однако эти многочисленные господачки порождали в партийно-государственном аппарате такие широко распространенные явления, как оголтелый карьеризм и отрицательный кадровый отбор. Чем выше индивид поднимался по служебной лестнице, тем больше он мог извлечь из своей должности самых разнообразных благ и преимуществ, которые очень часто компенсировали его невысокую денежную оплату. Таким образом, объективная логика этого продвижения не только повышала в индивиде самооценку, но и масштаб привилегий становился знаком, удостоверяющим возрастающую полноту реализации его личности. Так, в госпартаппарате, хозяйственной и общественной сферах многочисленная армия назначенцев и выдвиненцев измеряла свою общественную значимость количеством прилагаемых к должности социальных благ и привилегий. Однако такая карьерная «самореализация» индивидов, компенсирующая отсутствие личной экономической свободы, требовала от них и соответствующих качеств — чиновничества, умения расчетливо льстить и хитрить, смердяковской проницательности в угадывании желаний вышестоящего начальства. С другой стороны, тайный государственный подкуп и подачки, номенклатурная рента обязывали советскую генерацию выдвиненцев и назначенцев к проявлению «административного восторга» по поводу политического курса. «Безликие, местечковые угрюм-бурчевы, 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» [8, 109].

Вместе с тем не следует забывать, что стремление к собственности, имеющее природную основу, неизбежно для человека, его невозможно окончательно уничтожить. Не случайно русский философ С. Франк отмечал, что «...частная собственность... в самом своем принципе есть условие свободной самостоятельности человека перед лицом космического факта “хозяйственной” нужды, т. е. зависимости человеческой жизни от обладания материальными благами» [9, 393–394]. Кроме того, специалисты самых разных отраслей знания подчеркивают, что частная собственность в своем существе является мерой, посредством которой индивидуум опознает себя как социального субъекта, защищает себя и определяет свое место в обществе. Свобода, даваемая индивидуальной

частной собственностью, создает автономное пространство для жизни человека в обществе, увеличивает возможности и ресурсы его выживания и самоутверждения. Вот почему искоренить интерес к собственности нельзя, однако, как оказалось, им можно с успехом манипулировать, т. е. преобразовать его в стремление обрести собственность на власть, на право безраздельного и монопольного распоряжения материальными и людскими ресурсами, а следовательно, можно культивировать в человеке установку на занятие в политико-управленческой иерархии такого места, такой должности, которые легализуют его превращенные собственнические наклонности в качестве санкционированных обществом.

Иными словами, карьерное самоутверждение индивида, сопряженное с получением все новых привилегий, социальных благ, различных льгот, стало своеобразным институтом преобразования его материальных интересов — в социально-статусные, автоматически переключающим его жизненную активность, его энергию на иную сферу — обеспечение устойчивости и функционирования советской партийно-государственной системы. Так тоталитарный режим, лишив естественные наклонности человека нормальных каналов реализации, превратил их в тайное и изощренное корыстолюбие, овладевшее многомиллионным аппаратным людом и армией больших и маленьких начальников. Из них и формировалась прежде всего рать «опричников» и «псов» сталинского режима — «кадры, которые решали все». Таким образом действовал на уровне отдельных индивидов механизм «всеобщей частной собственности» (К. Маркс), обращавший их материальный, корыстный интерес в приверженность служению советской власти, компартии, «идеалам социализма и коммунизма».

Конечно, нельзя забывать, что у десятков миллионов рядовых граждан приверженность советским порядкам формировалась также бесплатным образованием и медициной, их прикованностью к «трудовому коллективу», вне которого невозможно было для абсолютного большинства получать жилье и зарплату, места в детских яслях и садах, путевки в санатории, дома отдыха и пенсионное обеспечение. Однако скудность рынка потребительских товаров, их хроническая нехватка и связанное с этим широко распространенное «блатное» присвоение дефицитных благ, воровство, жульнические махинации предметами потребления — все это говорило о крайней неэффективности «социалистической собственности». Однако иллюзия о наличии своей «доли» в ней у каждого советского человека коренилась, в свою очередь, во вселенском, тиражируемом миллионами газет, журналов, фильмов и телепередач мифе о том, что в масштабах огромной страны возможен такой тип собственности, когда она одновременно принадлежит всем и никому в отдельности. Препятствием для осознания утопичности этих экономических отношений служила другая советская технология — принуждение к единомыслию («думаю как все», «мыслим как один»).

Теоретическая основа данного вида духовного насилия была заложена в свое время В. И. Лениным. Его хорошо известная идея о необходимости привнесения «социалистического сознания» и идеалов в стихийное рабочее движение, которое само-де, своими силами такое сознание выработать не сможет [4],

воплотилась впоследствии в широко разветвленную политико-экономическую и идеологическую систему принуждения к единомыслию. Целью этой системы стала выработка у людей общих алгоритмов восприятия окружающего мира, единообразия взглядов на события повседневной жизни, на историю, государственность, будущее, на смысл научных открытий, произведений искусства и т. д. Кроме того, ленинская идея, воплотившись в жизнь, санкционировала всеобъемлющий контроль государства за мыслями, чувствами и убеждениями отдельных индивидов, всеобщую регламентацию их сознания, его подверстывание под одобренные в верхах стандарты, стереотипы, ценностные и культурные установки.

Нужно подчеркнуть, что единомыслие прививалось подспудно — всем образом жизни в советском обществе. В экономической сфере этому служил механизм уравнивания материальных условий жизни основной массы населения — гипертрофированный эгалитаризм, включающий внеэкономические критерии и оценки результатов труда, товарного обмена и предоставления госпредприятиями услуг потребителям. Эгалитаризм приводил к «равенству в бедности», а также культивировал уравнивательные настроения во всей гамме общественных отношений: если какие-то трудовые коллективы бедствовали, то другие благоденствовать уже не могли. Индивидуальная экономическая инициатива, сопряженная с личным обогащением, считалась преступлением и подвергалась уголовному преследованию.

В социальной сфере единомыслие порождалось стандартизацией общественной жизни индивидов — их всеобщим прикреплением к трудовым коллективам, нацеленным на выполнение единых государственных планов, программ и обладающим одинаковой структурой управления. Администрация, партийная, профсоюзная, комсомольская организации насаждали равнозаместимость индивидов, примитивный коммунальный коллективизм, построенный на принципе: интересы коллектива всегда превыше интересов отдельного человека (даже если последнему наносится значительный ущерб). Этот принцип породил самые разнообразные формы препятствования и методы блокирования индивидуально-личностных проявлений, не вписывающихся в регламентированную жизнь коллектива. Как очень точно сказал известный русский социолог А. Зиновьев, трудовой коллектив при социализме являлся первичным социальным механизмом «коллективистского закрепощения личности» [2].

В политической области навязывание единомыслия осуществлялось в первую очередь угрозой применения негативных санкций. Под их дамокловым мечом в обществе формировалась атмосфера страха, боязни остракизма, арестов, репрессий, которым мог быть подвергнут любой индивид вне зависимости от своих заслуг перед обществом. Именно в политической области единомыслие достигалось в обмен на возможность самой жизни людей, как санкционированное властями условие их простого физического выживания.

Оборотной стороной такой политики стало формирование психологии покорности и повиновения, а также апатии, трусости и подозрительности — качеств, превращающих диктат властей во всеобщую разобщенность подданных государства. Не случайно в советский период у населения почти отсутствовали

возможности и навыки гражданской самоорганизации. И поэтому угроза произвольного применения властями всевозможных санкций принуждала индивидов сопрягать свои стремления не с выработанной индивидуально, а с привнесенной извне системой представлений и ценностей.

Внедрению этих представлений способствовал хорошо налаженный идеологический механизм власти. Идеология выполняла как функцию производства познавательной-ценностной картины мира (что служило основой для ценностной дезориентации), так и функцию повсеместного контроля за духовной жизнью людей, управления их мышлением. Благодаря идеологическому диктату единство и слитность советского общества достигали апогея в однородности (гомогенности) мышления индивидов, в их особой идеологической ментальности, предписывающей и характер познавательных реакций, и специфику оценок окружающего мира, и качества межличностного общения, и действия в соответствии с этим складом мышления. Точнее говоря, сформированная идеологическая ментальность являлась не столько способом понимания мира, сколько формой духовно-практического приспособления индивидов к советскому обществу, интеллектуальной «подгонки» к нему.

Выработка идеологической ментальности осуществлялась в двух основных направлениях. Во-первых, это была политико-идеологическая индоктринация в системе образования, просвещения и воспитания, включающая обучение навыкам и правилам мышления в соответствии с заданной идеологией картиной мира и местом в ней человека. Здесь были задействованы такие институты, как общественные науки, печатная, устная и радиотелевизионная пропаганда, наглядная агитация, искусство социалистического реализма, образовательные учреждения — от детских садов, школ до университетов. Фактически партийно-идеологическое образование и воспитание сопровождали человека с раннего детства до глубокой старости. И, будучи пенсионером, ветераном труда, он нередко был обязан повышать свой «идеологический уровень» в университете марксизма-ленинизма или на регулярных лекциях общества «Знание». Препятствием для выработки индивидуального взгляда на мир, его адекватного восприятия служило также насаждение в общественном сознании различных культов: коммунистической партии и ее вождей, подвига и самопожертвования, советской власти, коллективизма, интернационализма, революционных преобразований и т. п. Эти и многие другие духовные культы являлись своеобразными «опорными сигналами», указующими индивидам «правильность» процессов их мышления, восприятия различных событий. Координацию, взаимодействие и субординацию всех учреждений и средств формирования единомыслия, их объединение в эффективную систему «промывки мозгов» осуществляли партийные секретари по идеологии, отделы науки, агитации и пропаганды, действовавшие в структурах компартии и комсомола — от низовых комитетов на производстве до центральных комитетов в Москве.

Второе направление, нацеленное на укоренение единомыслия и его «производство» в массовых масштабах, — инкорпорация граждан в практическую деятельность идеологического механизма власти. Многочисленные собрания, митинги, праздничные демонстрации, кампании по осуществлению постанов-

лений партии и правительства, разнообразные виды так называемой «общественной работы» укрепляли идеологизированную структуру мышления населения. Кроме того, громадный идеологический механизм, затраты на который были сопоставимы с тратами на военно-промышленный комплекс, подспудно формировал у обычных людей солидарность и с партгосаппаратом, ибо включение в совместно-разделенную деятельность с ним принуждало разделять и навязываемое мировоззрение, систему идеологических мифов, стереотипов и символов.

Но чем масштабнее становился идеологический механизм власти, апогей развития которого пришелся на годы правления Л. Брежнева и М. Суслова, тем стремительнее падала его эффективность в формировании единомыслия. Бесцеремонное навязывание идеологических постулатов постепенно обнаруживало их слабость, расхождение с фактами реальной жизни. На смену безоглядной вере приходило сомнение, отрицание или цинично-прагматическое отношение к ним как к чисто формальным условиям приспособления к советским порядкам. Так внешнее принятие индивидами этих постулатов становилось вынужденным ритуалом, исполнение которого позволяло относительно безопасно строить частную жизнь. В итоге принуждение к единомыслию формировало личность приспособленца — конформиста, для которого имитация единомыслия была, в сущности, защитной реакцией на невозможность изменить устои советского общества. Эта интеллектуальная мимикрия для множества людей обернулась личностной незрелостью, пассивностью, иждивенчеством, снятием с себя всякой персональной ответственности за свою судьбу и происходящее в обществе.

Однако не только конформизм и приспособленчество стали личностной реакцией людей на принуждение к единомыслию. На всем протяжении существования советского общества было немало людей, которые в той или иной форме находили в себе силы противостоять духовному насилию. К этой группе, рассредоточенной в разных слоях, классах, коллективах советского общества, применялась эффективная технология изменения их личности — превращение во врага (антисоветчика, спеца-вредителя, отщепенца, изгоя, кулака-захребетника, внутреннего эмигранта, оппортуниста, диссидента, оппозиционера и т. п.).

Хорошо известно, что придумывание все новых угроз и образ врага являлись неизменным компонентом мобилизационной атмосферы закрытого советского общества. Они служили укреплению его монолитности, орудием создания идейно-политической однородности сознания живущих в нем людей. Отчасти образ врага в лице, прежде всего, Запада сформировался в результате иностранной интервенции в период Гражданской войны, длительного существования России во враждебном окружении стран с иным социальным строем, антикоммунистической активности русской эмиграции, а также вероломства руководителей западных держав, сумевших направить гитлеровскую агрессию против Советского Союза. Кроме того, образ врага на протяжении десятилетий служил в глазах населения оправданием существования «железного занавеса». Этот образ поддерживался и накалом «холодной

войны», требовавшей выявления все новых и новых враждебных сил и персонификаций.

Вместе с тем внутри советского общества к выявлению новых «врагов» в лице определенных социальных групп, классов, этносов и отдельных персон неизбежно вела сама логика принципиальной невозможности осуществления утопических проектов и целей, логика ценностной дезориентации. Расхождение между идеалами и реальностью порождало необходимость пропагандистского объяснения возникающих трудностей с тем, чтобы вновь и вновь мобилизовать миллионы людей на проведение политики властей.

В свою очередь, мобилизационная обстановка в стране, периодическая необходимость физического выживания различных слоев населения генерировали политический негативизм, идейную бескомпромиссность на основе бинарной оппозиции: «мы или они», «кто не с нами, тот против нас», «друг или враг», «патриот или предатель» и т. п. Кроме этого подневольный труд, тотальное принуждение к советским порядкам превращали миллионы государственных подданных в потенциальных мятежников и бунтовщиков, у которых накапливался изрядный запас недовольства, возмущения и агрессии, требовавших выхода. Вот почему даже при отсутствии реального врага всеобщая потребность в нем так или иначе воспроизводилась условиями жизни в советском обществе. Его образ становился мощной проекцией многочисленных страхов, фрустрированных желаний и чувств, а также воли к выживанию, сопротивлению и борьбе с жизненными трудностями, т. е. носил очень часто неадекватный, условный и иллюзорный характер.

Отсюда понятно, почему во врагов и изгоев превращались в первую очередь люди с отклоняющимся от общественных стандартов поведением и образом жизни. Словом, те, кого можно обозначить как антитоталитариев, обладавших, независимо от рода занятий, самостоятельностью, яркой индивидуальностью и подчас противостоящих самим фактом своей особенной жизни советским устоям. Однако статус отщепенца и изгоя обретали нередко и самые обычные люди, если потребность во «враге» обострялась в результате политической конъюнктуры или под влиянием экстремальных общественных трудностей и обстоятельств.

Наиболее очевиден злокачественный характер попыток обращения индивидов в «советского человека» на низовом уровне, в трудовых коллективах, ибо простые люди под давлением теряли адекватную самооценку, а то и ломались, спивались или окончательно становились апатично-инертными «винтиками», страшась самых мизерных проявлений своей непохожести на других.

И все же тактика искоренения «врагов» применялась прежде всего к людям независимым, оригинальным, могущим создать в различных областях жизни опасные прецеденты — соблазнительные образцы проявлений своей индивидуальности и уникальности, подрывающие этим регламентированные устои советского порядка. Кроме того, превращение таких людей во «врагов» было продиктовано нередко и корыстными мотивами властей. Чтобы сохранить статус-кво, власти были вынуждены хотя бы частично улучшать условия

жизни населения и поэтому перехватывали инициативу у улучшенцев-реформаторов, навсегда отлучая последних от авторства своих предложений и идей.

Социальный механизм превращения во врага представлял собой, прежде всего, систему формально-юридических законов, обраставших множеством дополнительных ведомственных и секретных инструкций, постановлений органов исполнительной власти. В результате применение этих законов зависело, по большей части, от произвола властей, которые при избавлении от неудобных лиц, наказании социальных групп или этносов всегда могли прикрыться «государственными интересами», «революционной целесообразностью» или «мнением трудового народа». Кроме того, практиковалось тайное судопроизводство («тройки»), фактически отсутствовали презумпция невиновности и защита прав и свобод личности. Даже первичный трудовой коллектив обладал «правом на произвол» в отношении отдельных его членов и вытаскивал из своих рядов тех, кто вызывал беспокойство, раздражение и агрессию своей непохожестью на других. В ход вступали такие меры, как проработка на собраниях, общественное обличительство, письма в инстанции, травля в печати, клевета, слухи, устные и письменные «сигналы» органам, физическая изоляция и заключение под стражу, репрессии в отношении семьи неудобного. Власти стимулировали действие этого механизма такими, например, способами, как вознаграждение доносчиков и клеветников конфискованным имуществом обвиняемых.

Ну, а ставший «врагом» был обречен на страдания и душевные муки, в лучшем случае он начисто лишался возможностей улучшить свое материальное и социальное положение и даже беспрепятственно общаться с близкими. Столь обвальное действие механизма формирования «советского человека» выдерживали немногие. И если «разоблаченные» не ломались и не погибали, то они, как правило, «посыпали голову пеплом» и становились приспособленцами.

Разумеется, эта и другие технологии формирования «нового человека» рождали и героических личностей, которые отказывались от личного благополучия и вставали на путь сознательной борьбы с государственным тоталитарным режимом. Они, как, например, А. Солженицын, выступали против произвола и репрессий властей, монополии партии и коммунистической идеологии, за права человека, свободу его совести, за экономическую и интеллектуальную независимость. Однако и эта рассредоточенная в разных слоях и классах группа людей также не могла уберечься от рокового воздействия советских технологий, ибо отвечала насущным потребностям власти в наличии врага. Противодействие людей мощи государственной машины нередко превращалось в навязчивую идею и маниакальность и заканчивалось для них подчас психиатрической лечебницей.

Таким образом, технология превращения во врага выполняла в формировании «нового человека» и укреплении советского строя ряд важных функций. Во-первых, она стала универсальным способом объяснения трудностей, периодических сбоев государственной машины в выполнении своих задач и, соответственно, оправданием произвола и диктата властей. Во-вторых, она была эффективным средством достижения сплоченности, монолитного единства

населения страны и посредством оппозиции «мы и они», «он против нас» формировала манихейское черно-белое восприятие действительности. В-третьих, она стала удобной формой переключения недовольства, раздражения и агрессии людей против властей и условий жизни на такой объект, который обеспечивал безопасную для режима канализацию и «утилизацию» негативных общественных настроений. В-четвертых, это был наиболее результативный метод избавления от неугодных властям лиц. В итоге он приобрел не только практическое, но и ритуально-символическое значение как в партийно-государственном аппарате, так и в первичных ячейках общественного организма (в трудовом коллективе и даже в семье). В-пятых, применение этой технологии становилось превентивной мерой против привлекательных образцов мышления, поведения и образа жизни, которые могли получить распространение в результате жизнедеятельности анти тоталитариев. Кроме того, власти, перенося накапливаемую подневольными массами агрессию и ненависть на «врага», предупреждали возможные социальные недовольства и взрывы. И последнее: эта технология манипулирования человеком обеспечивала согласованное действие других способов, названных выше. В совокупности эти технологии обретали свойство резонанса, взаимоусиления и, охватывая своим действием все население, каждодневная жизнь которого целиком зависела от государства, приводили к всеобъемлющей деформации человеческой личности. Кроме того, вместе они укореняли тоталитарный властный порядок, господство которого на протяжении десятилетий базировалось на новом антропологическом типе человека, названном впоследствии «гомо советикус».

Этот тип человека являлся свидетельством и символом монолитного единства советского общества, он отличался тем, что адекватное, построенное, прежде всего, на здравом смысле понимание реальности у него было в значительной степени замещено утопической, иллюзорно-мифологической картиной мира. Для него был характерен также отказ от ценностей мировой цивилизации — религии, права, собственности, семьи, общечеловеческой морали и т. д. И напротив, он обладал иррациональной верой в такие псевдоценности, которые в совокупности порождали социальную ненависть и напрочь отрицали самоценность человеческой личности. Кроме того, его мышление было сковано идеологическими стереотипами, личные потребности низведены до крайней скудности, ему был присущ панический страх перед малейшими «проблесками» своей и чужой индивидуальности. Словом, он был порождением стремления тоталитарного общества к статус-кво за счет переработки индивидуальных личностей в обширные терриконы «человеческого материала». Не случайно А. И. Солженицын в свое время с горечью утверждал, что соотношение между «русским» и «советским» такое же, как между человеком и его болезнью [6, 306].

Постепенное исчезновение в старшем поколении нынешних россиян идентификации с «советским человеком» еще раз подтверждает неоднократно высказанную мысль о том, что социальное проектирование «новых людей» пагубно в принципе: природа человека меняется чрезвычайно медленно, не за одно и не за два поколения. И этот императив служит ограничением для всех попы-

ток в будущем сознательно его сконструировать. Кроме того, подобные начинания фактически исключают фундаментальный жизненный выбор и самосозидание индивидом своей личности, а только эти усилия и способны в конечном итоге вырастить из «очеловеченного примата» — человека в подлинном смысле этого слова.

-
1. *Баткин Л. М.* Сон разума // Осмыслить культ Сталина. М., 1989.
 2. *Зиновьев А. А.* Коммунизм как реальность. М., 1994.
 3. *Левада Ю.* «Человек советский» : публичные лекции : [сайт «Полит.ру»]. URL: <http://www.politic.ru/research/Lectures/2004/04/15/Levada.html>.
 4. *Ленин В. И.* Полное собрание сочинений. Т. 4. С. 189 ; Т. 6. С. 30.
 5. *Маркс К.* Экономико-философские рукописи 1844 года // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 42.
 6. *Солженицын А. И.* Собрание сочинений : в 20 т. Т. 9 : Публицистика: статьи и речи. Париж, 1981.
 7. *Сорокин П.* Современное состояние России // Новый мир. 1992. № 4.
 8. *Философия власти.* М., 1994.
 9. *Франк С. Л.* Ересь утопизма // Квинтэссенция : филос. альманах. М., 1992.
 10. *Фромм Э.* Бегство от свободы. Москва ; Минск, 2007.
 11. *Хайек Ф. А.* Пагубная самонадеянность. М., 1992.

Статья поступила в редакцию 21.04.2014 г.

ЗАМЕТКИ О КНИГАХ

Б. Н. Лозовский

ДЕНЬГИ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Рец. на кн.: Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / под ред. Е. Л. Вартановой. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 408 с. (Сер.: Учебник нового поколения).

Книга коллектива авторов под редакцией профессора Е. Л. Вартановой выполнена в жанре учебника и восполняет существенный пробел в обеспечении учебного процесса на факультетах журналистики в той его части, где речь идет об экономике средств массовой информации. Это квалифицированный ответ на вызовы медийной отрасли к образованию журналистов. Последним сегодня просто необходимо знать, каким образом функционирует медиабизнес, так как состояние экономики конкретного СМИ влияет на его контент, взаимоотношения с аудиторией, властью, экономикой страны в целом. Более того, книга дает ответ на вопрос: кто и как сегодня оплачивает журналистику как социально-политическую практику, обеспечивающую выражение и защиту общественного интереса. Авторы подчеркивают значимость успешного и эффективного медиабизнеса не только собственно для обеспечения доходности СМИ как таковой, но и как возможность освобождения от политической зависимости. Издание представляет собой и квалифицированный ответ противникам коммерциализации СМИ, которые видят в ней только зависимость от «денежного мешка, от подкупа, от содержания», как однажды сказал вождь мирового пролетариата. Авторы здраво, рассудительно, доказательно рассказывают о том, как строить квалифицированно медиабизнес и обеспечивать тем самым исполнение функций такого социально-политического института, как журналистика.

ЛОЗОВСКИЙ Борис Николаевич — доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати, директор департамента «Факультет журналистики» Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: Boris.Lofovsky@usu.ru).

© Лозовский Б. Н., 2014

В учебнике обобщен впечатляющий по объему теоретический и эмпирический материал, проанализирован опыт мировых и отечественных СМИ. Описана динамика коммерциализации различных способов передачи информации, начиная от римских посланий и заканчивая цифровыми технологиями. Определены место и роль СМИ как отрасли в современной экономике. Показаны движущие силы развития медиабизнеса, среди которых особо следует выделить характеристику «сдвоенного рынка», влияние глобализации, а также процессы «коммодификации» (превращения в товар) содержания и аудитории. Отмечены плюсы и минусы концентрации средств массовой информации.

Отдельные главы, а именно «Финансовое управление на медиапредприятиях», «Медиапланирование», «Маркетинг СМИ», дают не только общее понимание этих сторон деятельности СМИ, но и предлагают конкретные формы и методы повышения экономической эффективности медиапредприятий, что может оказаться полезным как студентам, так и действующим медиаменеджерам.

Авторы существенно расширяют традиционные представления о тех, кто читает, смотрит и слушает, вводя в оборот новые концепты: «аудитория как публика», «аудитория как рынок», «аудитория как продукт». Анализируют «стоимость» аудитории с учетом рыночных, медийных и демографических факторов.

Особо следует отметить последнюю главу, где вводится в оборот понятие «фирмы массмедиа» и главным образом содержатся предложения по реформированию отрасли СМИ в связи с многочисленными вызовами, обусловленными политическими, экономическими, социальными, культурными и глобальными изменениями в жизни государства и граждан. По сути — это «дорожная карта», исполнение которой сопряжено с большим количеством проблем. Как пишется в заключении, «это гигантская, масштабная, трудная и нудная работа, но ее придется все же когда-то сделать». Остается надеяться только, что найдутся структуры, ресурсы и креативные менеджеры, готовые взяться за это непростое, но жизненно важное для отрасли дело.

Хорошо проработана дидактическая составляющая учебника: в каждой главе дается определение рабочих понятий, например, «бизнес-модель», «концентрация СМИ», «медиахолдинг», «сдвоенный рынок», «медиапланирование», «коммодификация» и других, широко используемых в медийных практиках. Многие показатели экономической деятельности СМИ сведены в таблицы, позволяющие увидеть динамику и сравнить, например, показатели российской медиаиндустрии с западными. Формулируются вопросы для самопроверки, предлагается список рекомендуемой литературы, что способствует самостоятельному усвоению материала.

Текст подготовлен высококвалифицированными и известными своими работами в сфере медиабизнеса авторами, хорошо знающими современные экономические процессы в медийной отрасли.

II УРАЛЬСКИЙ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ КНИГА»

С 6 по 9 июня 2014 г. в рамках подготовки к очередному общероссийскому конкурсу «Университетская книга» на базе Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина при поддержке Управления культуры Администрации Екатеринбурга и консорциума «Контекстум» прошел заключительный этап II Уральского межрегионального конкурса на лучшую вузовскую книгу.

Два года, прошедшие со времени первого конкурса, показали, что интерес к подобным мероприятиям, несмотря на все сложности их проведения и практически нулевую «отдачу» для их участников, не только не ослабевает, но и значительно усиливается. Те цели и задачи, которые изначально в 1998 г. были сформулированы учредителями конкурса «Университетская книга» и направлены как на привлечение внимания общественности к вузовскому книгоизданию, так и на решение задачи повышения качества вузовских учебных изданий, по-прежнему актуальны. В эпоху тотальной информационной открытости университетские издательства не желают и не могут в одиночку решать «вечные» проблемы вузовской книги, связанные прежде всего с качественными аспектами: содержательностью и оригинальностью контента, полиграфическим и дизайнерским решением, редакторским и библиографическим оформлением. Издательские смотрят, подобные конкурсу «Университетская книга», создают уникальную возможность для региональных вузовских издательств не затеряться среди «акул издательского бизнеса», поскольку издательства «играют» на своей площадке.

Вот достаточно впечатляющая статистика II Уральского конкурса. В нем приняло участие 58 издающих организаций (почти на 20 больше, чем в 2012 г.), 48 — вузовских, 10 — коммерческих, которые представляли шесть федеральных округов и 28 городов. География охватывает практически всю Россию: Москва, Санкт-Петербург, Архангельск, Брянск, Саратов, Астрахань, Чебоксары, Казань, Пермь, весь Урал, Новосибирск, Иркутск, Якутск... На конкурс поступило около 400 изданий. Из них — 55 % учебных, 42 % научных, 5 % периодических, что вполне соответствует традиционному соотношению выпускаемых вузами научных и учебных изданий. На первый взгляд удручает пропорция печатных и электронных изданий — 95 % на 5 %. Объяснение этому, возможно, двоякое. Во-первых, отсутствие внятной терминологии: что же считать все-таки электронным изданием? Во-вторых, предпочтение, которое отдают вузы с целью экономии финансовых средств так называемым сетевым электронным ресурсам, размещаемым в локальных и, как правило, закрытых сетях. Однако не секрет, что в условиях нарастающего технического прогресса все серьезнее становится дискуссия о будущем самого образовательного продукта: каким ему быть — печатным или электронным? Особенно остро этот вопрос стоит для учебников по информационным технологиям и техническим дисциплинам. При этом очень важно учитывать потребности, привычки и предпочтения основных потребителей образовательных продуктов — студен-

тов и аспирантов, которые уже не пойдут в библиотеку, если им не будет предложен качественный сервис и онлайн-доступ к учебным материалам. В связи с этим большое значение приобретает адекватная оценка инновационных форм вузовских учебников — электронных и мультимедийных изданий, качество которых в отношении интерактивности, мультитизадачности и других критериев оставляет желать лучшего.

В целом нужно отметить, что в сравнении с I Уральским конкурсом на лучшую вузовскую книгу и согласно законам диалектики наблюдается очевидный переход количества в качество.

По словам всех без исключения выступавших на торжественной церемонии награждения победителей конкурса, вузовские издания — это яркое явление, которое год от года становится заметнее, несмотря на сложные условия, небольшие тиражи книг и популярность интернет-технологий.

Председатель жюри конкурса, директор конкурсных программ издательства «Университетская книга», заведующая кафедрой издательского дела и книговедения Московского государственного университета печати имени Ивана Федорова Е. П. Шеметова в своем приветственном слове подчеркнула, что конкурс на лучшее вузовское издание приобрел по-настоящему всероссийский масштаб, в течение года проходят региональные этапы по всей стране, организуются отраслевые конкурсы: «Благодаря поддержке на местах мы видим, что региональная книжная культура уникальна и самобытна. Отдельное спасибо авторам — они молодцы! Все это позволяет утверждать, что университетские, вузовские издания конкурентоспособны и востребованы рынком ничуть не меньше, чем продукция коммерческих издательств».

«А малотиражность — понятие относительное», — добавил профессор УрФУ, член Союза писателей России Л. П. Быков, напомнив, что первая книга Анны Ахматовой вышла тиражом всего 300 экземпляров, но знающим людям этого хватило, чтобы понять: пришел новый поэт.

«Перед жюри стояла непростая задача, — поделилась своими впечатлениями от работы в жюри конкурса директор агрегации научно-образовательного контента консорциума «Контекстум» И. С. Сковородина. — Нам нужно было выбрать лучших из множества достойных. Поэтому было принято решение расширить перечень номинаций, увеличив их до 39».

В итоге большая часть издательств и редакционно-издательских структур, принявших участие в конкурсе, по решению жюри была отмечена дипломами и грамотами. В традиционных номинациях на лучшее учебное и научное издание по отраслям наук наиболее богатый урожай собрали федеральные университеты: Северный (Арктический) (Архангельск), Северо-Восточный (Якутск), Уральский федеральный (Екатеринбург), а также издательства Южно-Уральского государственного университета (Челябинск), Омского государственного университета, Ульяновского государственного университета, Новосибирского государственного технического университета, Тюменского государственного нефтегазового университета. В специальных номинациях были отмечены издательский дом «Питер» — за эстетику редакционно-издательской подготовки, типография «Уральский рабочий» — за лучшее полиграфическое исполнение,

Европейский университет (Санкт-Петербург) — за высокую культуру издания учебных и научных книг, Чувашский университет им. И. Н. Ульянова (Чебоксары) — за новые виды учебных изданий. Жюри также учредило номинацию «Профессионализм в редакционно-издательском деле», которой удостоились как издающие организации (Челябинская академия культуры и искусств, кафедра издательского дела и редактирования Тюменского государственного университета), так и отдельные мастера издательского цеха (дизайнер-верстальщик редакционно-издательского отдела Московского физико-технического института Н. Е. Кобзев, директор екатеринбургского издательства «Баско» С. П. Симаков за учебное пособие «*Я б в издатели пошел...: предпринимательство & издательское дело*»).

И совсем уж необычно, «противу правил», стало присуждение Ларисе Кульгавовой (Иркутский государственный лингвистический университет) диплома в номинации «Лучшее издание в авторской редакции» за изящно оформленные самим автором книги: «И удивляется народ: котами нынче дождь идет» и «Карманный англо-русский тематический словарик лексикологических терминов». К сожалению или к счастью, таковы реалии современной высокотехнологичной действительности: не только вузовские (из экономии или недостатка средств), но и крупные издательства (вынужденно или намеренно) выпускают книги в авторской редакции, и с этим приходится считаться.

Стоит отметить, что среди получивших награды в самых разных номинациях было много изданий, подготовленных в Издательстве Уральского университета. Так, дипломы как лучшие издания по гуманитарным наукам получили учебное пособие В. Т. Звиревича «Жанр утешений в античной философской литературе» и монографии «Феномен незавершенного» под общей редакцией Т. А. Снигиревой и А. В. Подчинова, Д. В. Пивоварова «Культура и религия: сакрализация базовых идеалов» и Б. В. Емельянова «Три века русской философии. XVIII век». Среди лучших изданий по истории отмечена книга О. И. Нуждина и С. В. Рузаева «Севастополь в июне 1942 года: хроника осажденного города». Диплом за высокую культуру издания учебных и научных книг получило впервые изданное на русском языке философское эссе сэра Томаса Брауна «*Hidriotharpha: погребение в урнах, или Рассуждение о погребальных урнах, недавно найденных в Норфолке*». Показательно, что буквально за несколько дней до этого книга О. И. Нуждина и С. В. Рузаева стала дипломантом конкурса «Лучшие книги года», проводимого Ассоциацией книгоиздателей России, в номинации «Лучшая книга о Российской армии и флоте», а издание Т. Брауна отмечено на этом же конкурсе почетным дипломом Российской государственной библиотеки. Среди других номинантов Уральского федерального — Т. В. Куш за монографию «На закате империи: интеллектуальная среда поздней Византии», Е. М. Главацкая за книгу «Забывшие образы хантыйских шаманов», В. И. Байдин, ответственный редактор книги «Кондинский край XVI — начала XX в. в документах, описаниях, записках путешественников, воспоминаниях» (2-е изд.), Д. В. Бугров, ответственный редактор научно-аналитического издания «Подготовка специалистов индустрии туризма и гостеприимства с учетом перспектив регионального развития

Среднего Урала», С. А. Сироткин и Н. Р. Кельчевская за учебное пособие «Стратегический менеджмент на предприятии», Ю. М. Бродов, К. Э. Аронсон, М. А. Ниренштейн, А. Ю. Рябчиков за основательное пособие «Теплообменные аппараты технологических подсистем паротурбинных установок», коллективы авторов за фундаментальный труд «Атомные электростанции с реакторами на быстрых нейтронах с натриевым теплоносителем» и учебное пособие «Математическое моделирование живых систем», редакции научных журналов «Quaestio Rossica» и «Известия УрФУ». Кроме того, были отмечены дипломами книги авторов УрФУ — С. С. Набойченко, С. А. Вшивкова, Г. А. Тягунова и Ю. Г. Ярошенко, изданные в других издательствах.

II Уральский межрегиональный конкурс «Университетская книга» в целом свидетельствует, что традиционные недостатки вузовского книгоиздания — плохое качество полиграфии, нарушение издательских ГОСТов — «имеют место быть», но и прогресс очевиден как опять же в традиционных составляющих — качестве основного текста, дидактике, методологии, систематизации учебного и научного материала, так и в инновационных формах его репрезентации.

В заключение хочется пожелать всей вузовской книге: *Imprimatur!* Именно так звучала обычная разрешительная резолюция древнего цензора: *Пусть печатается!*

А. В. Подчиненов,
Издательство Уральского университета

P.S. Более подробно с итогами конкурса можно ознакомиться на сайте Зональной научной библиотеки УрФУ: www.lib.urfu.ru.

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «К 100-ЛЕТИЮ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ: СОЦИУМ, ВОЙНА, МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ»

24–26 апреля 2014 г. в УрФУ прошла международная научная конференция «К 100-летию Первой мировой войны: социум, война, международные отношения». Целями конференции являлись: почтить память миллионов жертв Первой мировой войны; внести посильный вклад в исследование белых пятен этой войны и ее последствий, используя новые источники и междисциплинарные методы исследований; привлечь исследователей, дипломатов и широкую общественность к обсуждению актуальных проблем войны и мира.

Конференция была проведена силами департамента международных отношений Института социальных и политических наук (ИСПН) Уральского федерального университета и департамента «Исторический факультет» Института гуманитарных наук и искусств (ИГНИ) Уральского федерального университета в рамках второго конвента ИСПН при участии Представительства МИД России в Екатеринбурге, Управления архивами Свердловской области, Уральского отделения Ассоциации европейских исследований. С инициативой проведения научной конференции выступило Представительство МИД России в Екатеринбурге. В конференции приняли участие около 200 человек. Среди гостей конференции присутствовали представители генеральных консульств Венгрии, КНР, Киргизии, Азербайджана, Украины в Екатеринбурге.

На пленарном заседании конференции выступили официальные лица УрФУ и Представительства МИД России в Екатеринбурге. Третий секретарь Представительства МИД РФ в Екатеринбурге, доктор политических наук А. С. Чесноков изложил официальное мнение МИД РФ о Первой мировой войне. Первая мировая война (1914–1918 гг.) явилась историческим рубежом, отделившим новое время от современности. Это была самая массовая война из всех, имевших место до этого времени, в которой были применены новые формы массовой мобилизации военнослужащих, был осуществлен полный перевод экономики на военные рельсы. Глубокие изменения произошли в во-

енной технике, военном искусстве, выразившиеся в новых формах ведения войны, стратегического планирования и тактики боя. Впервые были использованы различные виды оружия массового поражения. В выступлениях доктора исторических наук, профессора, ведущего научного сотрудника Института научной информации по общественным наукам РАН В. П. Любина и кандидата исторических наук, доцента, директора департамента «Исторический факультет» ИГНИ В. А. Бабинцева были изложены основные тенденции современной зарубежной историографии Первой мировой войны. 100-летний юбилей начала войны стал поводом для активизации исследований по различным вопросам этой проблемы как в бывших странах Антанты, так и Тройственного союза. До настоящего времени наиболее актуальными вопросами истории Первой мировой войны остаются ответственность различных государств в развязывании войны, последствия войны, ее влияние на послевоенное устройство мира и развитие международных отношений в XX столетии. Доктор исторических наук, профессор УрФУ В. Д. Камынин изложил свое видение причин появления в российской историографии различных версий вопроса о виновниках развязывания Первой мировой войны.

В выступлениях на пленарном заседании обсуждались различные актуальные, в том числе малоисследованные, вопросы истории Первой мировой войны. Доктор исторических наук, профессор, заведующий сектором политической и социокультурной истории Института истории и археологии УрО РАН А. В. Сперанский поставил проблему мифологизации исторического сознания в истории Первой мировой войны, назвав ее «Второй Отечественной войной», провел исторические параллели между Отечественной войной 1812 г., Первой мировой войной и Великой Отечественной войной 1941–1945 гг., указал на своеобразные белые пятна и «фигуры умолчания» периода Первой мировой войны. Доктор исторических наук, профессор, директор департамента международных отношений ИСПН УрФУ В. И. Михайленко в своем докладе проанализировал итальянский опыт взаимоотношения власти и общества в условиях национальной мобилизации. По своему воздействию на гражданское общество Первая мировая война не знала аналогов в истории. Оно проявилось в массовизации (национализации) обществ, усилившемся влиянии радикальных идей, возникновении массовых политических партий, усилении влияния масс на политические процессы и, с другой стороны, в использовании политической элитой новых социальных технологий, «социальной инженерии» для управления общественными процессами. Из Первой мировой войны выросли новые типы массовых политических режимов, целью которых провозглашался полный разрыв с традиционными ценностями, строительство нового человека, новой цивилизации.

Доктор исторических наук, профессор УрФУ Г. Н. Валиахметова проанализировала роль восточного вопроса в нефтяной дипломатии великих держав в годы Первой мировой войны, указав на приоритетное значение научной школы профессора И. Н. Чемпалова в изучении этого вопроса. И. Коматина (Сербия) остановился на актуальных вопросах участия Сербии в Первой мировой войне.

Ряд выступающих на пленарном заседании обратились к исследованию повседневной жизни населения различных государств в годы Первой мировой войны. В выступлении доктора исторических наук, профессора УрФУ А. В. Антошина была проанализирована реакция либерально-консервативных кругов российской провинции (на материалах Вятской губернии) на появление в России в годы войны большого количества военнопленных из стран Тройственного союза. Доцент кафедры философии ИППК ИСПН С. В. Корнилова проанализировала тенденции моды в культуре повседневности периода войны. Выступающие пришли к выводу, что Первая мировая война существенно повлияла на человеческое сознание, мировосприятие и мироощущение людей, что нашло свое выражение, в частности, в появлении новых видов художественного осмысления жизни.

Кандидат исторических наук, доцент УрФУ С. И. Быкова обратилась к проблеме исторической памяти молодого поколения и привела данные проведенного ею опроса студентов различных департаментов УрФУ об их отношении к истории Первой мировой войны в целом и ее основным событиям.

На конференции работали секции «История Первой мировой войны», «Теоретические подходы и историография изучения военной истории», «Проблемы экономики и политики в годы Первой мировой войны», на которых выступили представители России, Чехии, Республики Кыргызстан. Российских участников конференции представляли преподаватели и научные сотрудники различных вузов и научных учреждений Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Омска, Казани, Тюмени, Нижневартовска. Проблематика конференции вызвала большой интерес в студенческой среде УрФУ. На конференции работало 5 молодежных секций, в которых приняли участие около 150 студентов и магистрантов департамента международных отношений ИСПН, департамента «Исторический факультет» ИГНИ, Института математики и компьютерных наук, специальности «Международные отношения» Каспийского государственного университета технологий и инжиниринга им. Ш. Есенова (Республика Казахстан).

В выступлениях участников конференции поднимались такие вопросы, как оценка изученности темы в отечественной и зарубежной историографии и новые научные горизонты; военно-мобилизационные мероприятия, военное планирование, ведение военных операций, уроки военного планирования; влияние войны на социальную и политическую динамику, психологию масс и властных элит; культура, искусство, общественное сознание под влиянием мировой войны; вопросы войны и послевоенного урегулирования на международных конференциях; внешняя политика и международные отношения в послевоенный период.

Участники конференции приняли по ее итогам рекомендации. Было обращено внимание на то, что спустя 100 лет после начала Первой мировой войны не прекращаются дискуссии относительно оценки ее происхождения, хода событий и последствий. Утрата ленинско-сталинской концепцией господства в вопросах происхождения Первой мировой войны и роли в ней царской России оживили дискуссионное поле отечественной историографии. Не оста-

ются в стороне от дискуссии зарубежные исследователи. Определенный вклад в решение некоторых вопросов истории Первой мировой войны может внести сборник материалов конференции, который будет издан по ее итогам. Авторам лучших докладов на конференции предложено опубликовать свои статьи в журнале «Известия Уральского федерального университета» (Серия 3: Общественные науки).

В. Д. Камынин, доктор исторических наук, профессор
В. И. Михайленко, доктор исторических наук, профессор

SUMMARY

INTERCULTURAL COMMUNICATIONS IN THE MODERN WORLD: THE ROLE OF THE MASS MEDIA

International scientific conference “Intercultural communications in the modern world:
the role of the mass media” (*D. L. Strovsky, O. V. Il'ina*) 5

Melnik G. S. Tactical media in intercultural communication 17

The article is devoted to the problem of formation of tactical media, their role, functions, goals in the world information space. Tactical media often increase the risks of human participation in socially destructive epidemics. However, the tactical media got positive potential and are capable of overcoming the process of demoralization and showing positive and constructive life scenarios to the audience.

Key words: mass media; tactical media; media-activism; intercultural communication.

Oleshko V. F. Social construction of ethnicity: the role and the tasks of the media
(statement of the problem) 22

The article studies the problem of social construction of the ethnicity with direct interaction between the representatives of different societies and mass media. The author argues that globalization, internationalization of all aspects of our lives are stipulating the growing interest towards the issue of poly-ethnicity as a special form of ethnic existence. Meanwhile, during the discussion of the complex problems the main attention is paid primarily to the proposals referring to the constructive solutions in the sphere of politics. But the author believes that today the necessity in new scientific and methodological approaches to the analysis is growing, thus new ways of effective solutions in the sphere of mass media need to be found. Based on the specific examples, the author shows how the process of discursive construction of ethnicity is brought to life.

Key words: construct; ethnicity; citizen journalism; mythological consciousness; manipulation of the media; tolerance; stereotype; the identification of personality; model.

Oleshko E. V. The local press as an actor of intercultural communication (Life
of Newspapers after «death», or How they can compete with the Internet?) 36

The article analyzes the role and importance of local press for inter-cultural communications. Thus it is proved that in the debate between the Internet media and social networks the local media possess a number of advantages even today, despite of the fact that new information technologies have been rapidly developing. The author reflects upon the possible ways of paper media survival and development considering challenging economic conditions. The author uses analysis data concerning information activity of the Ural regional editions as a basis for his research.

Key words: intercultural communication; printing; local newspaper; content; convergence; reputation; mission; mail delivery; site; digital technology; audience; dialogue.

Bessonov S. I. Assessment of the labour division effectiveness in print media 45

The article is focused on the main criteria for assessment of the effectiveness of division of labour in regional print media. The author draws attention to such media management instruments as specializations and professional descriptions.

Key words: division of work; assessment of the effectiveness; editorial management; specialization; profiling.

- Amirov V. M.* “Crimean” issue: arguments of political struggle in publications of the Russian and foreign mass media 52
 In the following article the main arguments of political debate in Russian and Western media are presented referring to the Crimea issue and the annexation of Crimea in particular. The practices of the argument in Russian, American and German discourses are analyzed.
 Key words: Crimea; war; aggression; Ukraine; Russia; army; policy.
- Golousova E. S.* The problem of journalism training in Russia: professional discourse 56
 The following article deals with the problem of journalism training of nowadays. The author has studied opinions of different media experts and analyzed a number of approaches to the following issue. The main trends concerning journalism training are being marked out, recommendations for future optimization of the educational process are provided.
 Key words: journalism training; students; professors; theory; practical skills.
- Gorina E. V.* Variability of presentation of information in the discourse of the Internet 62
 The article describes the variability of presenting information that runs through the entire Internet discourse. Variability is observed with regard to its content and design. It is shown that the means of design in the Internet are type of care for a reader and at the same time – elements of audience manipulation.
 Key words: variability; discursive means of protection; theory of discursive protection; Internet discourse.
- Kablukov E. V.* About some disturbing trends in modern Russian media discourse 69
 On the basis of media texts devoted to the three current events the following trends of contemporary Russian media discourse are being observed: construction of image of the internal enemy, which is perceived as «the enemy of the state»; polarization of the media discourse and, as a consequence, the media audience, sacralization of official ideology and mythology, as well as the destruction of rationality in the discourse of the media and the minds of the mass audience.
 Key words: media discourse; ideology; image of the enemy; sacralization; destruction of rationality.
- Ivanova L. D.* The stand of “The Ural Mining Review” during the First Russian revolution ... 79
 The article studies the role of the corporate magazine «The Ural Mining view» in advocating interests of the Urals, and also in settlement the relations between heads of the enterprises and workers in 1905–1906 – challenging time for the country and a period when social tensions were running high.
 Key words: corporate journalism; «working issue»; social agenda; business mass-media; social dialogue.
- Strovsky D. L.* Legislative regulation of Internet: setting of the problem 89
 This article explores the legislative priorities of Internet regulation. As being the most popular source of mass information, the Internet generates serious problems as a result of existence of the latter. One of them is a lack of precise legislative regulation relating to transferring information. This enlarges opportunities for providing this information and simultaneously facilitates a degeneration of media ethics. Different efforts undertaken by the world community have so far not produced tangible results. The author investigates certain initiatives promoted in the 2000s and analyses the reasons for their low effectiveness. The question – to what extent the Internet can serve as a source of reliable information – is put on the agenda.
 Key words: mass media; Internet; cyber threat; propaganda; information security; information aggression; extremism.
- Thachenko L. A.* A transmission of Orthodox Christian culture as a significant aspect in church mass media activities 98
 The article is devoted to the reporting of important church and social events in religious mass media, and also to the issues of forming an Orthodox culture by diocesan mass media. Due to the

crisis of the society's spiritual and moral state at the turn of the century, coverage of issues connected with the history of Russian Orthodox Church, traditional culture, spiritual and moral valuables, modern church life are becoming one of the main goals of the Orthodox mass media. In the article the importance of the Orthodox Christian culture and its status in the state are shown. Some problems connected with the broadcasting of the church information in Russian Orthodox eparchies are discussed.

Key words: religious journalism; Orthodox mass media; media holding; Orthodox Christian culture; spiritual and moral education; diocese; Russian Orthodox church.

Iskhakov R. L. The results and prospects of the inter-ethnic communication's studies in the Middle Urals 106

The article focuses on presentation of historical and graphical review of relations between peoples and cross-cultural communications in the Middle Urals. For the first time publications' analysis of scientific journals of the Ural University referring to the inter-ethnic communications has been conducted (time period - 1920–2011), with bibliometric analysis having been carried out as well.

Key words: bibliometric analysis; UOLE (Ural Society of Nature Lovers); Ural MION (Interregional Institute of Public Sciences); tolerance; Strategy of the state national policy; passionary concept of journalism.

Khlyzova A. A. Role of the Russian television in the processes of intercultural communication 121

The article studies the role of television in the processes of intercultural communication. The author focuses on the the factors that determine a high degree of influence of television on the interaction between cultures. Special attention is paid to the contemporary Russian television, which is characterized by the absence of the integrative function, whereas the process of globalization focuses on the consolidation of the dialogue of cultures and peoples. In this context the recommendations on the implementation of intercultural communication through television are provided.

Key words: television; intercultural communication; integrative function; culture; dialogue; social and historical context; state; consolidation; Russian television.

Avtokhudinova O. F. Plot functions of the character-assistant in the media discourse 127

The article analyzes the discursive practices of journalistic text character design. Special attention is paid to the plot functions of character, in particular, to the facilitator's function. The object of study is based on texts, in which God is the character.

Key words: discourse; discursive practices; media discourse; media; God.

Tsze Ledgun. Models of development of the Chinese mass media: features of the modern situation 134

Key words: Chinese mass media; model; media; ideology.

SOCIOLOGY

Zborovskiy G. E. Sociology without government and government without sociology: Is it possible in Russia? 137

On the material of historical and sociological analysis the author addresses the issue of relationship between Russian sociology and the government. It is shown how those relations were lined up on each of the three main stages of the Russian sociology' s development. It is concluded that, despite of their mutual rejection, sociology and government in Russia are «doomed» to be together.

Key words: Russian sociology; government in Russia; historical and sociological analysis; civil and non-civil society; authoritarian and totalitarian regime; split in the sociological community.

Ambarova P. A. Avant-garde communities in the context of the study of the temporal behaviour strategies 149

The article studies the concept of avant-garde social community. The features of avant-garde social communities and their social functions are defined. Based on the sociological research data the dedicated avant-garde communities of modern Russian society are marked out, their position within a social avant-garde community is justified. The temporal behavior strategies of these communities are shown as key features of avant-gardism.

Key words: temporal behavior strategies; avant-garde social communities; business-community; freelancers; volunteers; engineers.

Britvina I. B., Starostova L. E. Area branding: problem of finding valuable bases 163

The article focuses on the necessity of studying the values during the city branding process with the help of sociological methods. It is proved that the transfer of the foreign theory into to the Russian cities without any adjustment to national conditions in majority of cases doesn't lead to any successful results. Considering the experience received at the conferences on branding in small and middle-size cities of Russia and based on the results of the personal research the authors conclude that with regard to the Russian theory and practice in city branding more attention should be paid to the values, that determine the stakeholders' behavior.

Key words: city branding; stakeholders; value; conference.

CULTURE STUDIES

Bystrova T. Y. Integrity as a civilization criteria 172

The article traces the idea of integrity and the way it was realized in the first urban-type settlements, in particular, the settlements of "Country of Towns" in the South Ural steppe region. Therefore we have a good chance to prove the hypothesis according to which integrity is to be a criteria of civilization. The author also specifies the concept of integrity by comparing it to the organic forms created by nature. As a result these ideas are considered to be applicable to eco-oriented architectural and urban practices of the 21st century.

Key words: integrity; integrity and entirety; integrity in architecture; urban culture; proto-city.

POINT OF VIEW

Muhametov R. S. Features of electoral preferences of residents of the Sverdlovsk region 182

The article focuses on the main features of electoral behavior in the Middle Urals. Much attention is paid to the reasons for such voters' choices. The author believes that the preferences of voters of Sverdlovsk region are influenced by economic, urban and age factors. The author argues that political preferences of voters from the Middle Urals have a certain degree of stability. The conclusion is made that Sverdlovsk region is a region with a special electoral culture.

Key words: electoral behavior; the Middle Urals; Sverdlovsk region; regional electoral culture; regional studies.

Ermakov Y. A. Creating of the "New human": Soviet technologies 188

The author describes Soviet ways of creating the "new human": value disorientation, cultivation of the pseudo-owner's personality, compulsion to like-mindedness, turning into an enemy. It is also shown that the result of these technologies' use was the appearance of a gallery of personality types, which became a "human base" of real socialism's existence and doomed it to historical defeat.

Key words: Soviet order; personality; myth; property; privileges; homo soveticus.

BOOK REVIEWS

- Lozovsky B. N.* Money for journalism (Book review: The fundamentals of media business.
Textbook for University and college students / ed. by E. L. Vartanova) 206
- The First Ural Inter-regional Competition «University Book» (*A. V. Podchinyonov*) 208

SCIENTIFIC LIFE

- International research conference “Devoted to the 100 anniversary of the first World
War: society, war international relations” (*V. D. Kamynin, V. I. Mikhailenko*) 212

ИЗВЕСТИЯ
УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия 1
Проблемы образования, науки и культуры
2014
№ 3 (129)

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. Чаноева*
Компьютерная верстка *Л. А. Хухаревой*

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48321 от 27.01.12.
Учредитель — Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б. Н. Ельцина». 620083, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Подписано в печать 20.08.2014. Формат 70 × 100 ¹/₁₆.
Уч.-изд. л. 18,0. Усл.-печ. л. 18,2. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.
Печать офсетная. Тираж 500 экз. Заказ 1595.

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 Standart 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@urfu.ru) **текст статьи, не публиковавшийся ранее (предоставленный только в наше издание)** (см. ниже требования к оригиналу), **анкету статьи** (см. на сайте журнала <http://izvestia1.urfu.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) заголовки 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 Президента РФ. URL: <http://www.kremlin.ru> (дата обращения: 14.02.2007).

3. *Герцен А. И.* С того берега // Соч. : в 9 т. М., 1956. Т. 3. С. 58–112.

...

9. *Коробкин М.* Уральское хозяйство и внешний рынок // Хоз-во Урала. 1925. № 27. С. 8–10.

10. *Куропаткин А. Н.* Отчет генерал-адъютанта Куропаткина : в 4 т. Санкт-Петербург ; Варшава, 1906–1907. Т. 1.

11. *Николаев И. А., Марушкина Е. В.* Бедность в России [Электронный ресурс] // Экономический анализ. М., 2005. URL: <http://www.fbk.ru> (дата обращения: 12.01.2012).

...

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@urfu.ru

АНКЕТА СТАТЬИ

ФИО автора 1 (полностью)	
Ученая степень, звание	
Должность	
Организация	
Страна	
Город	
E-mail:	
Почтовый адрес и телефон	
Код научной специальности	
Автор 2 (аналогичные сведения о соавторе (соавторах))	
Наименование статьи	
Код УДК	
Аннотация	
Ключевые слова	
Список библиографических ссылок	
На английском языке:	
Author 1 (полностью)	
Organization	
Country	
City	
Author 2	
Title of article	
Abstract	
Key words	