

Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 ЖУРНАЛИСТИКА

№ 4 • 2012 • ИЮЛЬ — АВГУСТ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Засурский Я.Н. Колонка редактора: Pamфлет против пошлости. 4

Современная журналистская культура: развитие в условиях социальных и технологических перемен

Аникина М.Е. Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход. 7

Пасти С. Современные российские журналисты: отношение к профессии 22

Стечкин И.В. Интерактивность в журналистской деятельности как ценностная парадигма, приобретаемая в процессе высшего профессионального образования. 42

Хруль В.М. Медиатизация религиозных ценностей как фактор формирования культуры диалога в российской журналистике. 59

История журналистики и литературы

Бакунцев А.В. Лекция И.А. Бунина «Великий дурман» и ее роль в формировании литературной репутации писателя 72

Гордиенко Т.В. Ю.А. Бунин и московский журнал «Вестник воспитания». 79

Греков В.Н. «...Следует лишь закону, заложенному в его сердце» (архетип и образ в философской эстетике Любомудров и славянофилов) 93

Ястребова Н.Г. Журнал С.Н. Глинки «Русский вестник» в общественно-политической и литературной жизни России начала XIX века 107

Акчурина А.Р. Н.М. Карамзин о М.В. Ломоносове. Реформы языка Ломоносова и Карамзина 115

Прудникова Л.В. Журнал «Магазин английских, французских и немецких новых мод...» В.И. Окорочкова 125

Язык СМИ

Суздальцева В.Н. Слово в мифологизированной модели мира 137

Реклама и связи с общественностью

Шилина М.Г. Связи с общественностью: формирование стратегий и форсайтные исследования. 151

Тертычная М.А. Социальная реклама в Интернете: продвижение сайтов. 161

CONTENTS

Zassoursky Ya.N. Editorial: The Pamphlet against Platitude (on new book by C. Muratov (“I Think, You Think...”)) 4

Modern Journalistic Cultures: Facing Social and Technological Changes

Anikina M.E. Researching the Transforming Journalistic Cultures in Russia. . . 7

Pasti S. Modern Russian Journalists: Attitudes to the Profession 22

Stechkin I.V. Interactivity as a Basic Value of a Journalist Gained in the Process of Higher Professional Education 42

Khroul V.M. Mediatization of Religious Values and a Driver of a Formation of Dialog Culture in Russian Journalism. 59

History of Journalism and Literature

Bakuntsev A.V. I.A. Bunin’s Lecture “The Great Intoxication” and Its Role in Formation of Literary Reputation of the Writer 72

Gordienko T.V. Yu. A. Bunin and “The Educator’s Bulletin” Magazine 79

Grekov V.N. Archetype and Image in the Philosophical Aesthetics the Lubomjudres and the Slavophiles 93

Yastrebova N.G. S.N. Glinka’s “The Russian Bulletin” in Socio-Political and Cultural Life of Yearly XIXth Century Russia 107

Akchurina A.R. Karamzin about Lomonosov: Language Reforms by Lomonosov and Karamzin 115

Prudnikova L.V. Okorokov’s Magazine “The Shop of English, French and German New Fashions”. 125

Media Language

Suzdaltseva V.N. A Word in the Mythologized Model of the World 137

Advertising and Public Relations

Schilina M.G. Public Relations: Formulating Strategies and Foresight 151

Tertychnaya M.A. Promotion of Social Ad Web Sites. 161

Я.Н. Засурский, профессор, доктор филологических наук, зав. кафедрой зарубежной журналистики и литературы, президент факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

КОЛОНКА РЕДАКТОРА: ПАМФЛЕТ ПРОТИВ ПОШЛОСТИ

Книга Сергея Александровича Муратова «Я думаю, ты думаешь...» посвящена телевидению. Это очень неожиданное название для книги о телевидении. Человек с обыденным сознанием считает, что телевидение учит не думать, что телевидение и мысль не совместимы. Профессор Муратов в своей книге пытается доказать, что телевидение ценно именно потому и только тогда, когда его создают думающие люди. Эта книга посвящена думающему человеку. Конечно, homo sapiens — это и есть думающий человек, но почему-то все то, что рассчитано на широкую аудиторию, считается легковесным и лишенным глубины мысли.

Это заблуждение или это убеждение многих журналистов, и особенно телевизионных журналистов, разбивает Сергей Александрович Муратов в своей книге «Я думаю, ты думаешь...». Эта книга против пошлости, против скороспелых заключений. Эта книга против легковесной и бездумной массовой культуры. Эта книга в защиту думающего человека. И защищая думающего человека, автор, Сергей Александрович Муратов, профессор факультета журналистики, профессор телевизионных наук, знающий законы и особенности телевидения, восстает против априорных расхожих суждений, против той априорности, которая часто присутствует на нашем телевидении, сочетающем в себе быстроту ответной реакции и быстроту отрицания ценностей под предлогом борьбы за доступность содержания в угоду гражданам, не посвященным в тайны телевидения.

Сергей Александрович выступает в защиту этого непосвященного человека. Он отрицает многие шаблонные аксиомы массовой культуры и ее псевдотеоретиков. В книге автор стремится к истине через отрицание абсолютной истины и через попытку найти пути к познанию этой истины. Важнейший путь к этому познанию лежит через сомнение. Через сомнение в том, что кажется очевидным, через сомнение в общеизвестных истинах, и через стремление создать новую шкалу познания, отрицающую пошлое представление о знании и о телевиде-

нии. По существу эта книга обличает невежество и отвергает попытки легковесного мудрствования, доказывая силу и значимость так называемых «общих» истин, которые перестают быть общими мыслями, когда проходят проверку сомнением. Здесь слова, которые, конечно, в первую очередь, должен знать каждый журналист — «Я думаю, ты думаешь...», — потому что журналист должен быть думающим человеком и должен уважать мысли другого. Эта книга, пожалуй, может быть признана ключом к расшифровке силы и значимости сегодняшнего телевизионного вещания, когда многие, говоря об упадке интереса к телевидению, осуждают его за общедоступность, за трафаретность, за общие места.

В защиту телевидения Сергей Александрович выставляет главный довод — мысль критическую, и само название книги, «Я думаю, ты думаешь...», заставляет понять, что мысль может развиваться только в диалоге, только в дискуссии, только в столкновении мнений. Это важная истина для любого журналиста, и особенно она важна для телевизионного журналиста. Справедливо считают, что телевидение — самое массовое искусство, самое доступное, самое наглядное, самое непроверяемое. Вместе с тем телевидение быстро наскучило человечеству, и сегодня многие умудренные опытом телевизионные журналисты не без кокетства говорят: «Я давно не смотрю это телевидение». Им кажется, что они выносят телевидению приговор. Но на самом деле это приговор этим людям, которые не верят в возможности развития критической мысли, которая все подвергает сомнению и, вместе с тем, восстанавливает уважение к истине и к познанию этой истины через диалог, через дискуссию. Такая книга, которая воинственно защищает думающего человека, думающих людей, не зря навана «Я думаю, ты думаешь...». Только думающие люди могут преодолеть тот заслон пошлости, который сегодня обрушился на нас с телевизионного экрана. Воспитание думающего журналиста, слушателя, зрителя, читателя — прежде всего для того, чтобы излечить телевидение от тех недугов, которым оно сегодня подвержено. Телевидение разошлось на софизмы и общеизвестные истины. Конечно, единственное противоядие — это критическая мысль, которая не дает человеку возможности верить на слово и подчиняться господствующим суевериям. У этого суеверия, как и у пошлости телевидения, границы чрезвычайно велики и разрушить эту пошлость и это недоверие можно, развивая способности думать, сопоставлять, критиковать. Только диалог может избавить нас от самообмана с видимостью доступности истины.

Эта замечательная книга Сергея Александровича Муратова может считаться антологией заблуждений, связанных с доверием к общеизвестным истинам, с доверием к легковесным сентенциям. Она помогает вернуться к живому слову, к живой мысли. На этой основе восстановить доверие к думающему человеку, к человеческой мысли, которая не может быть засалена, замазана трафаретными пропагандистскими лозунгами, стереотипами, штампами, расхожими истинами. Сергей Александрович показывает в книге, что иногда и расхожие мысли оправдываются, но главное, что они могут быть оправданы или отвергнуты только в процессе столкновения мнений, в процессе столкновения мыслей в диалоге. Книга начинается с заглавия, которое сразу вводит нас в самую суть спора, который затевает Сергей Александрович. «Я думаю, ты думаешь...» — это диалог думающих людей, которые думают и делают это во взаимодействии с другими думающими. Я думаю, значит я существую — здесь подход несколько иной — я думаю, ты думаешь, мы думаем, мы остаемся в нашем незнании и в нашем стремлении к познанию. Эта книга учит учиться.

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТСКАЯ КУЛЬТУРА: РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНЫХ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЕРЕМЕН

М.Е. Аникина, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры социологии журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: maria-anikina@yandex.ru

ТРАНСФОРМИРУЮЩИЕСЯ ЖУРНАЛИСТСКИЕ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ: ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПОДХОД

В статье описаны изменения в профессиональной журналистской культуре. В тексте представлен краткий обзор исследований профессиональных журналистов, проведенных в СССР. Это дает возможность проводить сопоставления и видеть портрет современного журналиста в исторической перспективе. На основании эмпирических данных автор описывает особенности представлений о профессиональных обязанностях и социальных ролях журналистов, распространенных в современном журналистском сообществе, рассматривая их в более широком международном контексте.

Ключевые слова: журналистские культуры, уровни анализа, институциональные роли, профессиональные стандарты.

The changes in professional journalistic cultures are described in this article. Brief review of journalists' studies conducted in the USSR is done. This lets make comparisons and see the portrait of modern journalist in historical prospective. On the base of empirical data author describes the perception of professional roles and duties spread among media professionals in a broad international context.

Key words: journalistic cultures, levels of analysis, institutional roles, professional standards.

Прежде всего необходимо дать формальное и точное определение термину «журналист», чтобы описать основные особенности профессиональной деятельности и наметить направления дальнейшего разговора. Существует большое количество интерпретаций, в которых журналист рассматривается с самых разных точек зрения и в самых разных аспектах. Интерпретации имеют как теоретический, так и практический характер. На наш взгляд, наиболее полным и достаточным может быть признано определение журналиста, представленное в российском законодательстве: «Лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее

уполномочию»¹. Эта дефиниция указывает на основные направления дальнейшей дискуссии о профессиональных журналистских культурах в глобальном и национальном контекстах в том числе и потому, что содержит упоминание различных типов профессиональной активности и фиксирует принципы деятельности.

Исследовательские подходы

Прежде чем говорить о фигуре журналиста и о его работе в конкретных исторических, экономических и социально-политических условиях, представляется важным коснуться методологических вопросов и задать общие рамки дискуссии, которые помогут точнее понять процесс развития профессиональных культур журналиста в нашей стране и особенности ее изучения.

На протяжении десятилетий в области исследования СМИ и журналистики в нашей стране был накоплен богатый запас данных и информации по различным аспектам функционирования журналистики. Постепенно сформировалась база социологических методик и инструментов, пригодных для изучения журналиста и его профессиональных практик. И сегодня можно говорить о возможностях применения различных исследовательских методик и техник, в том числе о получении информации в ходе экспертных интервью, посредством телефонных и личных опросов, онлайн-исследований, об использовании дневников. Можно сказать, что в различных ситуациях основными источниками информации, объектами исследования становятся так называемые «обычные журналисты», среднестатистические сотрудники редакций массмедиа, медиаменеджеры и управленцы разного уровня, также важным объектом исследования остаются будущие профессионалы — студенты факультетов и отделений журналистики, получающие профессиональную подготовку, а также выпускники вузов, только начинающие свою работу в профессии.

Общая и наиболее широкая схема анализа журналистских практик и журналистских культур, разработанная западными исследователями, может быть представлена в виде трехуровневой структуры. Первый уровень анализа — социетальный. Исследования на этом уровне позволяют анализировать экономические и социально-политические условия профессиональной журналистской деятельности, изучать культурный и исторический контекст, принимая во внимание глобальные тенденции, реализующиеся в локальном масштабе. Второй уровень анализа — организационный — предпо-

¹ Закон РФ «О средствах массовой информации» (о СМИ) от 27.12.1991 № 2124-1. Ст. 2.

лагает рассмотрение конкретной медийной структуры (редакции конкретного СМИ, ньюзрума, издательского дома, медиахолдинга и т.д.). На третьем — индивидуальном — уровне исследования речь идет об изучении фигуры конкретного журналиста, его персональных взглядов на специфику профессии и профессиональные практики, изучение особенностей его профессиональной деятельности. Таким образом в процессе изучения профессиональных журналистских культур способствовать формированию более объективной картины могут исследования медиасистемы в целом, анализ профессиональных практик с точки зрения медиаменеджеров, отвечающих за стратегическое планирование деятельности и развитие конкретного СМИ, руководителей среднего уровня, принимающих решения относительно конкретных проблем функционирования отдельного редакционного подразделения, а также изучение неуправляющего персонала редакций.

Современные исследователи — представители западноевропейских и американских научных школ [Weaver, 1998; Hallin, Mancini, 2004; Hanitzsch, 2010] — дают детальное описание социетального и организационного аспектов формирования и существования журналистских культур и особое внимание обращают на особенности политической культуры, в которой зарождается и существует медиасистема отдельной страны или конкретного региона. В российской ситуации эти аспекты изучения профессии также представляются значимыми, поскольку наша страна пережила череду серьезных социально-политических трансформаций. Постановка подобных задач в рамках проекта ведет к последующему изучению социальных типов СМИ, актуальных социальных ролей массмедиа и конкретных журналистов, к исследованию факторов, оказывающих влияние на журналистские практики, возможных сторонних контрагентов, обсуждению и изучению проблем свободы и ограничений профессиональной деятельности журналистов.

История изучения журналистов

Первые попытки исследований журналистов были предприняты в 1920-х годах. В то время необходимость изучения штатов газетных редакций была обусловлена необходимостью обеспечить редакции квалифицированными сотрудниками. В начале десятилетия велся статистический учет и регистрация численности журналистов, с одной стороны, решением этой задачи занимались партийные органы, с другой — профессиональные журналистские организации. Во второй половине 1920-х годов были проведены опросы журналистов, целью которых была разработка рекомендаций для руководства редакций, направленная на повышение про-

фессионального уровня журналистов и — одновременно с этим — на разработку типологии журналистских профессий (в которую входили непосредственно журналисты, редакторы, сотрудники типографий и т.д.). Исследовательское внимание концентрировалось, во-первых, на изучении содержания СМИ и, во-вторых, на определении объекта исследования и более детальном его описании. В 1930-х годах в стране социологические исследования в целом и в сфере журналистики и СМИ в частности были практически заморожены. Продолжался сбор статистической информации, но она не была широко представлена.

Возрождение исследований и общественных дискуссий вокруг социологических данных и информации пришлось на 1960-е годы. Одним из наиболее значимых этапов в развитии социологии журналистики стало создание Института общественного мнения «Комсомольской правды», уникального в масштабах страны редакционного подразделения, инициатором создания которого стал известный отечественный социолог и философ профессор Б.А. Грушин. Как говорил он сам, «это действительно была первая широкая, масштабная попытка создания института общественности, то есть создания гражданского общества. Базовая его характеристика: возникновение субъектов, не зависимых от государства. Люди стали высказывать собственное мнение — до нас этого не было» [Открывая Грушина, 2011, с. 135]. Этот феномен чрезвычайно интересен и важен в развитии социологии журналистики середины прошлого века в нашей стране, и невозможно не упомянуть его в рамках данной статьи, однако, нужно отметить, что его деятельность была в меньшей степени направлена на изучение фигуры журналиста — в отличие от других исследовательских инициатив.

В 1960-х годах были реализованы исследовательские проекты, посвященные изучению журналистов в различных регионах и отдельных городах СССР, — можно упомянуть группу исследователей под руководством В.И. Кузина, работавшую в Ленинграде, исследования новосибирских ученых во главе с Г.С. Парфеновым [см.: Парфенов, 1969], большой исследовательский проект Ю. Вооглайда, реализованный в Эстонской ССР.

Интерес социологов также касался изучения журналистики и СМИ с точки зрения особенностей разных типов СМИ — можно назвать исследования местной прессы (комплексное исследование «Районная газета и пути ее развития», проведенное в Рязанской и Калининской областях), а также проекты по изучению различных аспектов функционирования конкретных изданий (например, «Литературной газеты»). Данные этого исследования были опубликованы в 1978 году в работе ««Литературная газета» и ее аудитория». В ходе подобного рода исследований фиксировали соци-

ально-демографические характеристики, уровень образования и специализацию, профессиональные ориентации журналистов, их представления о своей миссии, о задачах и функциях, определяли творческие навыки медиапрофессионалов, их социальный и профессиональный статус.

Одним из наиболее крупных проектов, разработанных и проведенных в 1969—1971 годы, стало комплексное исследование, объединившее в себе многочисленные исследовательские проекты и процедуры, направленные на изучение аудитории, опрос издателей, получение информации о содержании СМИ и анализ редакционной корреспонденции. Этот проект был посвящен изучению функционирования массовой информации в условиях города и получил название широко известного в социологическом сообществе «Таганрогского проекта». Идея этого проекта принадлежала профессору Б.А. Грушину. В рамках проекта велось и исследование журналистов — описанию этого сегмента проекта было посвящено, в частности, исследование «Отношение журналистов местных средств массовой коммуникации к деятельности средств массовой коммуникации как каналу выражения общественного мнения» (ПОМ-25), представившее журналистов с разных точек зрения [Свитич, Ширяева, 2010, с. 5—10; Жаворонков, 2006].

Одним из выводов «Таганрогского проекта» в связи с изучением медиапрофессионалов стало то, что представления профессионального сообщества о наиболее важных аспектах журналистской деятельности характеризовались авторами проекта как неполные и противоречивые. Это дало основания размышлять о профессиональном сознании журналистов не только в исторической перспективе, но и в целом говорить о нем как об одном из значимых регуляторов профессиональной активности [Свитич, Ширяева, 2010, с. 8]. Опрос также показал, что во второй половине 1960-х годов журналисты не воспринимали СМИ как канал выражения общественного мнения всерьез. Одним из возможных объяснений этого факта была существенная ориентация на идеологическое воздействие и формирование мнений и представлений в соответствии с существовавшей идеологией. Социально-политические трансформации в Советском Союзе и России не изменили ситуацию коренным образом. Перемены стали более очевидными на рубеже 1990—2000-х годов, однако, даже в современных условиях роль СМИ в выражении общественного мнения не стала основной по мнению практикующих журналистов (об этом см. дальше).

В 1970-х годах составленный социологами портрет журналиста дополнился новыми штрихами, появление которых требовало изучения перспектив развития профессии и исследования журналистского образования. Это была еще не дискуссия о журналистском

образовании в полном смысле современного понимания этого явления, а разговор об обучении будущих профессионалов. Исследования этого десятилетия, охватывали изучение статуса, профессиональной специализации и мобильности выпускников факультетов и отделений журналистики, анализ кадрового спроса и предложения в советской медиасистеме. Основными направлениями исследований были изучение задач и основ профессионального журналистского образования, направлений образования в зависимости от особенностей конкретных СМИ, связи между вузами и редакциями СМИ.

В 1980-х годах основными темами исследований в советской социологии журналистики стали работа с редакционной корреспонденцией, анализ взаимодействия с аудиторией и отдельными группами авторов. Исследовались также роль и особенности социологических исследований в редакционной практике, эффективность публикаций СМИ. Союз журналистов СССР и факультет журналистики МГУ провели почтовый опрос руководителей СМИ, представляющих региональные молодежные и городские газеты, телевизионные каналы и радиостанции.

1990-е годы начались с серьезных социально-политических трансформаций, повлекших за собой и изменения в медиасистеме. Социальные преобразования и развитие системы массмедиа привели к формированию новых условий профессиональной деятельности журналистов и развитию новых сфер исследования. Как отмечают ведущие эксперты в области исследований журналистов в СССР и современной России Л.Г. Свитич и А.А. Ширяева, «переломная социально-политическая ситуация... потребовала новых углубленных исследований фигуры журналиста как активного инициатора и участника начавшихся преобразований» [Свитич, Ширяева, 2010, с. 17]. Изучение отдельных каналов распространения массовой информации продолжилось — в 1990 году в рамках проекта «Перспективы развития телевидения и радиовещания» было проведено изучение телевидения и радио, опрошены журналисты, представлявшие информационные редакции и отделы социально-политических программ телевидения и радио.

Вопросы свободы и профессиональной независимости как важнейших факторов эффективной деятельности стали основными в данном исследовании. В начале 1990-х годов пятая часть респондентов называла себя относительно независимыми, половина участников исследования говорила об определенных ограничениях профессиональной деятельности, еще одна пятая заявляла об отсутствии необходимых свобод. Эти данные продемонстрировали движение профессионального сознания от доминирования идеологических задач в направлении к осознанию необходимости опе-

ративного информирования общества о происходящих событиях [там же, с. 18]. В новом десятилетии продолжилось и изучение местных СМИ, в отдельных областях реализовывались комплексные исследования, направленные на выявление динамики профессиональных предпочтений медиапрофессионалов.

Отличительной чертой этого периода развития исследований стало участие отечественных экспертов в международных проектах. В частности в 1992 году состоялось первое российско-американское исследование профессиональных ориентаций журналистов двух стран. Это направление получило развитие в 1995—1996 годах в исследовании, основным смысловым акцентом которого стало изучение проблем свободы медиа и журналистов. Оно продемонстрировало высокую значимость этического и законодательного регулирования для журналистов и выявило различия в профессиональных ориентациях представителей журналистских сообществ двух стран. Результаты этих исследований позволили проводить сопоставления, что стало началом сравнения журналистских культур в разных странах и регионах мира, получившего развитие в 2000-х годах.

Вопросам ежедневных журналистских практик и особенностям профессионального журналистского образования были посвящены российские исследования на рубеже XX и XXI века, также имели место исследования журналистов, работающих в местных СМИ. Результаты показали изменение факторов влияния на профессиональную деятельность журналистов — среди влиятельных участников массово-информационных процессов наряду с представителями власти и администрации появились собственники и различные финансовые структуры.

Отдельные исследования были направлены на определение взаимоотношений между СМИ и аудиторией. В 2002 году около трети участников опроса отметили, что локальные СМИ удовлетворяют информационные потребности аудитории, а больше половины не согласились с этим утверждением. Несмотря на это обстоятельство, зафиксированное в опросах профессиональных журналистов, уровень доверия аудитории СМИ к журналистам остается по-прежнему относительно высоким в российском обществе.

Журналисты в современной России: некоторые черты портрета

Обсуждение профессиональных обязанностей и классификации видов журналистской деятельности возвращает нас к термину «журналист», представленному в законодательстве РФ в начале данной статьи. Исходя из существующей интерпретации и из сложившейся

исследовательской практики, можно говорить о таких видах журналистской деятельности, как 1) сбор информации и расследовательская деятельность, 2) производство новостей, 3) оформление и дизайн СМИ и 4) координация работы редакции и редакционный менеджмент. Приведенное перечисление учитывает традиционные направления журналистской работы и вполне соответствует определению, закрепленному в законодательстве, в то же время оставляя в стороне новые сферы профессиональной креативной гражданской деятельности и самореализации медиапрофессионалов. Исследование российских журналистов, проведенное в 2007—2008 годах в рамках проекта «Миры журналистики» (“The Worlds of Journalism”²), дает основания говорить о том, что основная деятельность журналистов распределяется между сбором информации и расследованием, с одной стороны, и производством новостей — с другой. Этот вывод на эмпирическом материале подтверждает разделение, представленное в законе РФ «О средствах массовой информации».

Проведенный опрос показывает, что в целом отношение российских журналистов к политике в определенной степени отражает ситуацию в российском обществе. Данные исследований национальных социологических служб и центров свидетельствуют, что россияне вплоть до известных событий ноября 2011 — марта 2012 года были не склонны демонстрировать высокую политическую активность и вмешиваться в решение политических проблем. В последние полгода ситуация изменилась, однако, на момент проведения опроса журналистов можно было говорить об очевидных аналогиях. Уровень протестных настроений, характерный для российского общества, оставался относительно стабильным в течение последних лет — более 2/3 граждан традиционно не выражали намерения поддерживать акции общественного протеста и лично принимать в них участие. В 2010 году ВЦИОМ зафиксировал нежелание участвовать в протестных кампаниях у 2/3 российского общества³. К схожим выводам пришли и эксперты Аналитического центра Юрия Левады, говорящие о несовпадении интересов политиков и представителей российского общества. Опрос, проведенный в сентябре-октябре 2011 года, показал, что почти половина российского общества (49%) никак не связывала намерения публичных политиков с желаниями и намерениями остальной части российского социума.

² В ходе первой волны исследования были опрошены 100 журналистов, работающих в разных типах СМИ в различных регионах России, проект представлен в Интернете. Режим доступа: <http://www.worldsofjournalism.org/>

³ Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=13561>

Упомянутый выше опрос журналистов показывает, что профессиональное журналистское сообщество чуть ярче, чем общество в целом, демонстрирует свои политические интересы и позицию. Более половины опрошенных (53%) упомянули, что просто интересуются и очень сильно интересуются политикой, меньшая часть респондентов выразила лишь некоторый, незначительный интерес к политической сфере жизни страны. Приведенные данные свидетельствуют о более активной социальной позиции журналистов, отмеченной во второй половине 2000-х годов. В общем же степень активности и заинтересованности представляется типичной для всего российского общества и предстоящее в 2013 году повторное исследование в проекте «Миры журналистики» позволит говорить об изменениях в настроении общества и конкретной профессиональной группы.

Определение места национальной журналистской культуры в общем более широком контексте представляется логичным проводить, используя обобщенную рамку исследования, в которой, например, «разнообразие строится на основании трех составляющих: **доминирующих институциональных ролей**, соотносящихся с нормативными представлениями и реальными функциями журналистики и журналистов в обществе, **эпистемологических характеристик**, касающихся доступности реальности и природы получаемого опыта, а также **этических представлений** как третьей характеристики, демонстрирующей, как журналисты решают конкретные этические дилеммы. Три составляющие могут быть поделены на семь различных сфер: институциональные роли могут реализовываться в интервенцианализме, отдаленности от власти, рыночной (коммерческой) ориентации, оценивая эпистемологические характеристики, можно говорить о объективизме и эмпиризме, а в этических концепциях выделять релятивизм и идеализм» [Hanitzsch, 2007].

Оценивая результаты опроса российских журналистов в проекте «Миры журналистики», приходится говорить об относительной молодости профессионального журналистского сообщества — профессиональный опыт⁴ значительной части российских журналистов менее 10 лет (об этом заявили 63% опрошенных). Здесь приведем неутешительный прогноз развития профессии, который дали в рамках менее масштабного российско-шведского исследования студентов факультетов и отделений журналистики: «Многие студенты настроены пессимистично относительно будущего и выражают опасения в том, что журналистика трансформируется в развлечение, PR, пропаганду и блогерство. Ответы, полученные от российских студентов, ясно показывают, что они видят тенденцию

⁴ Режим доступа: <http://www.worldsofjournalism.org/public.htm>

инструментализации профессии, понимают, что это ограничивает профессиональную деятельность в современной России, осознают, что различные политические и экономические силы используют журналистику в своих целях» [Nygren et al, 2010, p. 131—132].

Возвращаясь к результатам первой волны исследования российских журналистов, скажем, что существующее в профессиональном сообществе восприятие собственной деятельности приводит к распространению *идеи «универсального журналиста»*. Это подтверждают данные — 3/4 респондентов в своей собственной работе не сосредоточены на одной теме. Отчасти эта тенденция поддерживается и тенденцией тематической универсализации, отмечаемой в российской медиасфере в последние годы и по-прежнему довольно ощутимой, несмотря на развитие противоположных процессов.

Еще одной характерной чертой современного российского журналиста — исходя из данных проведенного исследования — может быть названо профессиональное сотрудничество и строгая связь журналиста с конкретной редакцией — большинство опрошенных (около 90%) заявили, что не сотрудничают с другими медиа. Можно предположить, что на оценки повлияли улучшение финансового обеспечения профессионалов и формирование более приемлемых социальных условий деятельности современных журналистов по сравнению с недавним прошлым. В то же время результаты могут быть обусловлены применением новых бизнес-моделей и заключением более строгих соглашений между журналистами и руководителями редакций. Однако необходимо сделать замечание относительно уровня искренности респондентов. Нежелание описывать реальную ситуацию также могло повлиять на полученные результаты, поэтому реальные показатели могут быть несколько ниже. Отчасти это предположение подтверждают выводы упомянутого выше проекта «СМИ в России и Швеции: сравнительный анализ журналистских культур»⁵, проведенное в 2007—2009 годах. Выборка в данном опросе строилась на иных принципах, поэтому о полноценном сравнении говорить трудно, тем не менее можно заметить, что уровень связанности журналистов с конкретной (и единственной) редакцией ниже, чем это показала первая волна проекта «Миры журналистики», что дает повод для дальнейших размышлений и более детального изучения отдельных аспектов журналистской работы, поскольку в настоящий момент существует некоторая противоречивость в оценках, хотя полученные данные и дают право утверждать, что процессы, происходящие в профессиональном журналистском сообществе, связаны с более масштабными социальными процессами последних десятилетий.

⁵ Режим доступа: http://www.nordicmedia.ru/Russian-Swedish_project_eng.htm

Национальная специфика в определенном смысле проявляет себя в определении основных задач, стоящих перед журналистами.

Таблица 1

**Представления о значимых обязанностях журналистов в разных странах мира
(в % от числа респондентов, назвавших функции значимыми
и очень значимыми, N=1185)**

	Австрия	Бразилия	Болгария	Германия	Индия	Израиль	Румыния	Россия	Испания	Швейцария	Турция	Уганда
Формировать политическую повестку дня	25	24	21	21	41	39	27	35	18	24	55	51
Влиять на общественное мнение	25	24	57	17	48	42	13	62	30	20	73	67
Способствовать социальным изменениям	37	53	28	23	61	49	49	29	44	31	80	87
Быть независимым наблюдателем	71	86	40	89	63	58	85	70	82	89	90	79
Быть наблюдателем за правительством	76	89	70	88	81	58	47	57	58	64	91	87
Быть наблюдателем за бизнесом	67	51	36	72	60	40	25	32	44	55	74	57
Поддерживать официальные политические взгляды	15	43	18	18	22	10	27	27	29	13	21	78
Распространять позитивный имидж	6	14	4	5	13	9	6	31	6	9	8	30
Привлекать максимально широкую аудиторию	40	19	43	36	71	44	31	53	30	38	53	61
Обеспечивать интересную информацию	62	67	73	84	72	68	72	64	74	82	55	56
Обеспечивать политическую информацию	79	99	86	98	79	77	79	71	71	95	90	94
Мотивировать людей	52	60	63	72	64	50	62	46	61	64	80	77

Результаты, представленные в таблице 1, свидетельствуют о том, что для российских журналистов больше, чем для их коллег из других стран, характерно стремление формировать общественное мнение, что можно объяснить особенностями исторического раз-

вития национальной журналистской культуры. В то же самое время российские журналисты ниже представителей других стран оценивают важность собственного контроля за действиями правительства и не отмечают как важное стремление способствовать социальным изменениям или мотивировать людей к действиям (последняя черта, вероятно, связана со слабой и недостаточно укорененной в российском обществе традицией гражданского общества). Достаточно отчетливое и ярко представленное в ходе опроса желание журналистов привлекать максимально возможную аудиторию отличает наших соотечественников от представителей профессии из многих других стран и в целом — пуская с определенными оговорками — может быть оценено как позитивная черта.

По мнению российских журналистов, наиболее типичными для них в целом социальными ролями являются образование аудитории (85%) и распространение знаний (65—75%), психологическая поддержка людей (60—70%). Некоторые из названных в ходе исследования ролей тесно связаны с группой социальных функций СМИ, описанных теоретиками и социологами, как, например, средство общественного развития (60—65%), канал социальной коммуникации (55%), способ выражения общественного мнения (40—45%), канал публичной критики (35—40%) [об этом см. также: Массовая информация, 1980, с. 87; Фомичева, 2007].

Очевидно, что нормативные модели и идеальные представления, о которых чаще склонны говорить респонденты во время опросов, могут существенно отличаться от профессиональной обыденной практики. Тем не менее в ряде случаев возможно обнаружить пересекающиеся пространства в оценках медиапрофессионалов, когда реальное поведение журналистов приближается к идеальным образцам. Такими случаями оказываются непредвиденные, экстремальные ситуации, в которых приходится работать журналисту. Опрос, проведенный к первой годовщине крушения самолета с польской официальной делегацией под Смоленском в апреле 2010 года, демонстрирует это. При ответе на открытый вопрос о реально значимых и действующих на практике профессиональных стандартах чаще других журналисты называли объективность, беспристрастность, честность, эффективность, ответственность, надежность, точность.

Действительно, если бы все журналисты придерживались перечисленных выше стандартов, положение отечественной журналистики было бы близко к идеальному. Но также необходимо принимать во внимание препятствия в осуществлении высокой миссии журналиста и реально оценивать ограничивающие профессиональную деятельность факторы. По результатам того же исследования, сегодня наиболее важными для российских журналистов становятся ограничения, связанные с редакционной политикой

и неофициальной цензурой, спецификой канала распространения информации, политической спецификой в широком контексте, внутренними ограничителями и — что появилось в опросах не так давно — фактором времени. Типичной чертой современной медиареальности стало жесткое ограничение, обусловленное давлением сроков и высококонкурентной средой. Широкие и насыщенные информационные потоки, конкуренция в различных сегментах медиасистемы заставляют журналистов экономить время и обуславливают серьезное напряжение.

В рассуждениях об ограничителях журналистской деятельности можно сделать несколько акцентов.

Представляется важным, что аудитория все больше привлекает внимание журналистов и более половины медиапрофессионалов оценивают потребителей своей продукции как значимый фактор, влияющий на профессиональную деятельность. Это тем более интересно, что происходит сегодня, на современном этапе развития российской медиасистемы, когда коммерческая логика и коммерческие интересы серьезно вмешиваются в развитие ситуации и когда медиарынок переживает глубокую сегментацию, основанную на специфическом интересе со стороны аудитории и — шире говоря — на спросе со стороны читателей, слушателей и зрителей.

Уважение к источнику информации все еще остается типичной чертой российской профессиональной культуры. Одна из возможных причин этого кроется в законодательной сфере. В то же время медиапрофессионалы не всегда оценивают общество в целом как один из факторов, серьезным образом влияющих на журналистские практики в России. 2/3 респондентов не заботит реакция тех сообществ, жизни и деятельности которых касается созданный журналистом материал. Этот показатель обозначает слабость и уязвимость профессиональных позиций и противоречит существующему в сознании журналистов видению аудитории.

Можно назвать примечательным и отметить как позитивный тот факт, что этика и корпоративные стандарты поведения стали факторами первостепенной значимости в ежедневной профессиональной деятельности. Однако — и это подтверждают данные — сегодня общие норма и принципы поведения более важны для широких кругов медиапрофессионалов, чем соглашения и нормы, существующие в конкретной редакции. При том, что понятным и объяснимым остается факт влияния редакционного руководства и старших коллег по редакции на деятельность обычного журналиста.

Среди менее влиятельных факторов, исходя из полученных результатов, можно назвать друзей и коллег, технологические условия и значимость профессиональных журналистских ассоциаций. Они утратили тесную и стабильную связь с профессиональным

сообществом, что неминуемо отразилось на отношении к ним самих журналистов.

Необходимо заметить, что журналисты не демонстрируют единства в оценках цензуры. Среди опрошенных были те, кто сталкивается с некоторыми цензурными ограничениями в ежедневной работе, и те, кто не чувствует на себе ее проявлений, нет единого мнения в отношении влияния рекламодателей. При этом 14% опрошенных вообще заявили об отсутствии каких бы то ни было ограничений их профессиональной деятельности. Подобный показатель не очень высок, однако может стать хорошим началом для развития независимой журналистики и создания новой для российских условий профессиональной культуры.

Новое время ставит перед исследователями ряд вопросов, открывая новые горизонты. В определенном смысле вызовом становится потребность в описании численности и структуры журналистского сообщества в России. Развитие новых коммуникативных и информационных технологий ведет к расширению масштабов исследований и к появлению новых тематических направлений, а также пересмотру существующих исследовательских подходов.

Потенциально богатая сфера исследований лежит в области компаративных исследований — в сравнении представителей разных поколений журналистов, сотрудников разных типов СМИ и профессионалов с разным уровнем подготовки. Представляется интересным проведение исследований с учетом богатого исторического опыта и перспектив развития медиасферы в нашей стране.

Список литературы

47 пятниц. Вып. 2. М.: ИСИ АН СССР, 1972.

Жаворонков А. Российское общество. Потребление, коммуникация и принятие решений. 1967—2004 годы. М., 2006.

Массовая информация в советском промышленном городе. М., 1980.

Общественное мнение — 2009. М.: Левада-центр, 2010.

Открывая Грушина. Т. 2. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.

Парфенов Г.С. Некоторые результаты исследования проблем журналистского творчества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. № 2. 1969.

Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Исследования журналистов в историческом контексте // Теория и социология СМИ. Ежегодник 2010 / сост. М.Е. Аникина. Ч. 2. М.: Факультет журналистики МГУ, 2010.

Фомичева И.Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007.

Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics). Cambridge University Press, 2004.

Hanitzsch T. Deconstructing Journalism Culture: Towards a Universal Theory // Communication Theory 17 (4), 2007.

Hanitzsch T., Anikina M., Berganza R., Cangoz I., Coman M., Hamada B., Hanusch F., Karadjov C.D., Mellado C., Moreira S.V., Mwesige P. G., Plaisance P., Reich Z., Seethaler J., Skewes E.A., Noor D.V., Kee Wang Yuen. Modeling Perceived Influences on Journalism: Evidence from a Cross-National Survey of Journalists // *Journalism & Mass Communication Quarterly* 87 (1), 2010.

Nygren G., Degtereva E., Pavlikova M. Tomorrow's Journalists // *Nordicom Review*. 31 (2), 2010.

Weaver D. H. Journalist Around the World: Commonalities and Differences // D.H. Weaver (ed.) *The Global Journalist: News People Around the World*. Cresskill, NJ: Hampton, 1998.

Поступила в редакцию
02.03.2012

С. Пасти, исследователь Школы коммуникации, медиа и театра Университета Тампере (Финляндия); e-mail: svetlana.pasti@uta.fi

СОВРЕМЕННЫЕ РОССИЙСКИЕ ЖУРНАЛИСТЫ: ОТНОШЕНИЕ К ПРОФЕССИИ

Автор рассматривает изменения, произошедшие в последние десятилетия с журналистской профессией в России, изменения статуса журналистики, описывает феномен популярности профессии в условиях отсутствия свободы СМИ в стране. Описывая процессы социальной мобильности в исторической перспективе, автор говорит о журналистике как о социальном лифте. На основании данных двух эмпирических исследований делает выводы о границах профессиональной свободы и определяет главные тренды развития современной медиасистемы в России.

Ключевые слова: журналистская профессия, социальная мобильность, журналистика как социальный лифт, свобода и ограничения.

Author analyzes the changes which took place in last decades in Russia in journalistic profession, speaks about the transformations of journalism status, describes the phenomenon profession's popularity in times of lack of media freedom. Describing social mobility processes in historical prospect, author deals with the journalism as social lift. On the base of two empirical studies the conclusion about the limits of professional freedom and the main trends in media sphere are made.

Key words: journalistic profession, social mobility, journalism as social lift, freedom and limits.

Журналистская профессия стала другой за последние два десятилетия в России. В советское время журналист был «партийным литературным работником», как гласит известная ленинская фраза. Редакции были органами партийных комитетов разного уровня; в их лице партия определяла политику и штаты редакций. В университеты будущих журналистов внимательно отбирали по литературному таланту, социальному происхождению (предпочтения для выходцев из семей рабочего класса) и этнической принадлежности (главные этнические группы). Отобранная молодежь хорошо знала нужды обычных людей. Советская школа журналистики готовила их как социальных активистов [Таловов, 1990, с. 40]. Престиж профессии поднимался от привилегии влиять на общественное мнение и формировать его, но также информировать власть о недостатках, обнаруженных журналистом и читателями.

В период гласности и перестройки 1985—1990 годов, партия во главе с Горбачевым, поощряла критическую функцию журналистики с добрым намерением ускорить реформы в стране. Медиа превратились «в пропагандистскую машину гласности» [Zassoursky,

2001, р. 86], а журналисты стали «королями гласности»¹. Престиж профессии начал расти на другом основании — свободе слова и дискуссий, чего и добивались журналисты. Первый российский президент Борис Ельцин распустил коммунистическую партию и ее структуры (Декрет от 6.11. 1991 г.). В декабре 1991 года Советский Союз перестал существовать. Редакции стали свободны от партийного контроля и государственной цензуры согласно новому Закону о СМИ (1991) и новой Конституции (1993).

Статус журналистики изменился: от закрытой государственной службы (по сути, элитной формы занятости) — к свободной рыночной профессии, открытой для любого желающего. В редакции пришли те, кто не мог прийти в профессию прежде из-за социального происхождения, этнической принадлежности, и те, кто были не удовлетворены заработками и перспективами карьеры, а также творческими возможностями на их прежних работах [Pasti, 2005a, р. 107—108].

С новым законодательством монополия государства на медиа закончилась, и частный капитал пришел на медиарынок. Но также и государство, местные органы власти в регионах с середины 1990-х годов начали открывать свои газеты. В 2000-х годах политические свободы медиа немного сдали свои позиции перед лицом возрастающей централизации власти и государственного регулирования. Многие журналисты стремились на работу в редакции, которые финансировались региональным правительством или местной администрацией, потому что те, в отличие от оппозиционных газет, давали постоянное место работы, а не временный контракт, и лучшие зарплаты [Pasti, 2005b, р. 117—144].

На медиарынке формировался тренд соразмерного уменьшения доли коммерческого капитала и возрастания доли государственного капитала и смешанного (государственного и коммерческого) капиталов. В России большинство общественно-политических газет нерентабельно, они существуют благодаря субсидиям государственных органов². Аудитория государственного вещания составляет 75% населения. В отличие от России, некоторые постсоветские страны (Армения, Грузия, Латвия, Литва, Молдова, Эстония) запретили и ограничили законодательством возможности для государства запускать свои массмедиа, за исключением правительственных официальных бюллетеней, чтобы печатать правительственные резолюции, законодательные акты и другие официальные документы [Richter, 2011, р. 202].

¹ Пронина Е.Е. Плюйбой // Российские вести. 1997.

² Российский рынок периодической печати. Состояние, тенденции и перспективы развития. М., 2010. С. 13.

Этатизация медиа сказывается на их независимости. Во *Всемирном Аудите Демократии* Россия занимает 130 место по уровню свободы прессы, что определяет ее как страну без свободы прессы. За последние 13 лет ее уровень демократии (политические права и гражданские свободы) спустился со 106 до 136 места. В сравнении с посткоммунистическими странами Европы и Азии и даже с остающимися коммунистическими государствами (Китай, Куба и Вьетнам) Россия показывает самые низкие достижения демократии [World Audit, 2011].

Однако, несмотря на то, что медиа потеряли политическую независимость, журналистика остается популярной профессией. Это видно по количеству журналистских факультетов и числу желающих учиться там. В России 134 университета готовят журналистов, среди них 105 — государственные университеты и 29 — частные институты [Lukina, Vartanova, 2012]. Тридцать лет назад, в СССР в середине 80-х годов в университетах было 23 факультета журналистики [Свитич, 2010, с. 23].

Молодое поколение тяготеет к пиар-службе и коммерческой журналистике. Так, иерархия приоритетов в выборе места работы выпускников главного университета страны, факультета журналистики МГУ, в 2009 году была следующей: пиар-служба (23%), журналы (22%), телевидение (20%), интернет-медиа (11%), радио (7%), рекламное агентство (7%), информационное агентство (5%), газета (4%) и издательство (1%) [Lukina, Vartanova, 2012].

Эта статья исследует парадокс популярности журналистики в условиях, когда медиа в России несвободны. Прежде чем выполнить анализ данных опроса журналистов, можно сделать два предположения популярности профессии. Первое — это то, что журналистика остается открытой и либеральной профессией; для нынешней молодежи рыночные свободы кажутся важнее, чем политические свободы. Журналисты имеют широкий выбор места работы (тип медиа), жительства (города, региона) и формы занятости (быть в штате, иметь вторую работу, самоустраиваться на рынке — фрилансеры).

Второе предположение популярности журналистики может быть рассмотрено в контексте этатизации медиа. Этатизация дает определенные гарантии журналисту от рыночной стихии. Благополучие журналистов и их семей во многом зависит от благополучия их медиаорганизаций. Правительственные контракты несут стабильность, но также неизбежно ведут к короткой дистанции между журналистами и чиновниками. Сотрудничество медиа и правительства открывает перспективы для возможностей личного продвижения. Журналисты, заработав имя и связи, оставляют профессию, пере-

ходя в пиар-службы государственных учреждений и бизнес-корпораций, становятся членами местных парламентов, некоторые основывают свои медиа и даже медиахолдинги [Pasti, 2010, p. 73].

Исходя от этих двух предположений, можно выдвинуть гипотезу, что популярность журналистики зависит от потенциала быть мобильным в профессии, но также через журналистский статус подняться к новой более престижной позиции в обществе (государственного служащего или преуспевающего бизнесмена). Это может означать, что журналистика имеет ресурсы, которые дают индивиду мобильность. Можно предположить, что профессия журналиста работает и используется как социальный лифт в условиях, когда другие социальные лифты сломаны и социальная структура заморожена, как это находят социологи [Двадцать лет..., 2011]. Проверить гипотезу поможет сравнительный анализ состояния журналистской свободы в редакции между 1992 и 2008 годами и анализ причин удовлетворенности в профессии среди нынешних журналистов.

Социальная мобильность в современной России

Концепция социальной мобильности была введена российско-американским социологом Питиримом Сорокиным [Sorokin, 1959], который впервые предложил систематизированную методологическую концептуальную интерпретацию, включив комплекс элементов, рассмотренных через различные социальные измерения. Позднее выработанный Сорокиным подход был сужен. Развитие мобильности стало изучаться через образование и профессию. В частности, известная работа «Социальная мобильность в Британии» [Glass, 1954], выполненная в Лондонской школе экономики, предложила новый фокус и основала парадигму для последующего анализа мобильности. Она также стимулировала сравнительные исследования с другими странами и принесла эмпирические доказательства для более поздних объяснений относительно границ классов, ригидности социальной иерархии и мобильности между классами в Британии [Payne, 1998, p. 596]. Затем исследования мобильности появились не только в Британии, но и в других странах. Они начали дискутировать вопросы открытости общества, сравнивать американское общество с другими странами, поднимать вопросы типов мобильности, ассоциированных с социальной демократией и либеральным капитализмом.

Термин «социальная мобильность» включает передвижения вверх и вниз в стратифицированном обществе. Социологи различают интер-поколенческую мобильность, сравнивая детей с родителями, и интра-поколенческую мобильность, сравнивая позиции

индивидуала за его жизненный период. Общества различаются между собой по закрытости или открытости их стратификационных систем. Например, кастовые системы не позволяют мобильности совсем, тогда как классовые системы позволяют ограниченную мобильность ниже уровня высшего верхнего класса [Johnson, 2000, p. 201—202].

В Советском Союзе социальные механизмы продвижения отличались от тех, которые были на Западе [Радаев, Шкаратан, 1996, с. 196—197], несмотря на то, что некоторые западные исследователи доказывали, что системы стратификации похожи, как и характер мобильности на Западе и в странах под тоталитарным режимом [Lipset, 1973, цит. по: Радаев, Шкаратан, 1996]. Российские исследователи считают иначе. По их мнению, в открытых обществах социальная мобильность есть, главным образом, спонтанный процесс, тогда как в тоталитарных обществах, особенно наверху социального лифта, мобильность управляема и представляет собой идеологически обусловленный процесс. Например, в СССР многочисленные закрытые инструкции определяли, кто и какую социальную позицию мог занимать, беря в расчет социальное происхождение, этничность и особенно лояльность к политическому режиму и готовность принять систему норм и ценностей политической элиты [там же].

В постсоветское время начался переход от иерархического типа стратификации (советских сословий), где социальная позиция индивидуалов и социальных групп была детерминирована их местом в структуре государственной власти, к классовой стратификации, которая преобладает на Западе. Однако 20 лет спустя социальная структура в России описывается как амбивалентная, состоящая из сохраняющихся сословий и неразвитых классов. Эта ситуация ведет к формированию специфической национальной формы аномии, когда индивид принимает два конфликтующих статуса, например, совмещая позицию государственного чиновника (сословие) и в то же время участвуя в коммерции (владелец бизнеса — класс) [Кордонский, 2008, с. 132].

Большинство российских публикаций дают критическую оценку стратификационному изменению в стране. В конце 1980-х — начале 1990-х годов был обнаружен процесс социальной поляризации населения и массовая нисходящая мобильность [Черныш, 1992, с. 85—120; Руткевич, 1992, с. 3—16]. Многие люди спустились на низшую ступень социальной иерархии в ходе проведенных реформ. Одна из причин была увидена в отсутствии хорошо работающих лифтов. Национальное исследование социально-профессиональной мобильности в 1993 году зафиксировало противоречие между

консервацией социально-профессиональной структуры, с одной стороны, и возрастающей имущественной дифференциацией — с другой. Такое противоречие чревато острым социальным конфликтом в будущем [Черныш, 1994].

Исследования, выполненные в 2002 и 2006 годах в Институте философии РАН и затем в рамках Европейского Социального Исследования (ESS 2006), подтвердили сделанные ранее находки социологов. Социальный статус большинства населения страны остался неизменным в течение последнего десятилетия³. Хотя статистика показала позитивную динамику в уровне благосостояния населения (меньше бедных людей и больше зажиточных и богатых), это не повлияло на социальный статус большинства. Неравенство жизненных шансов сохранялось и зависело не только от материальных возможностей семьи, но также от других ресурсов — самого индивида и социальных связей, к которым он и его семья принадлежали.

Есть мнение, что в советское время образование, профессия, комсомол были эффективными социальными лифтами и давали относительно равные шансы в карьере и уровне жизни специалистов. Сегодня фаворитизм и неформальные связи играют решающую роль, вместо таланта и компетенции. Новая политическая ситуация и рост социального протеста в больших городах доказывают, что вопрос равенства возможностей остается ключевым вопросом для современной России.

Выборка

Статья базируется на эмпирических результатах двух исследований журналистов. Первое исследование было проведено в 1992 году на факультете журналистики МГУ, руководитель проекта — Я.Н. Засурский. В Москве и десяти регионах, представляющих основные географические и социально-экономические особенности страны, были опрошены 1000 журналистов. Они работали в общенациональных и региональных медиа, включая прессу, радио и телевидение [Журналист, 1998, с. 10]. Второе исследование журналистов было организовано в университете Тампере, департаменте журналистики и массовых коммуникаций в рамках проекта «Медиа в меняющейся России» под финансированием Академии Наук Финляндии, руководитель проекта — К. Норденстренг. Данные были собраны в два этапа. Первый этап опроса был проведен в период

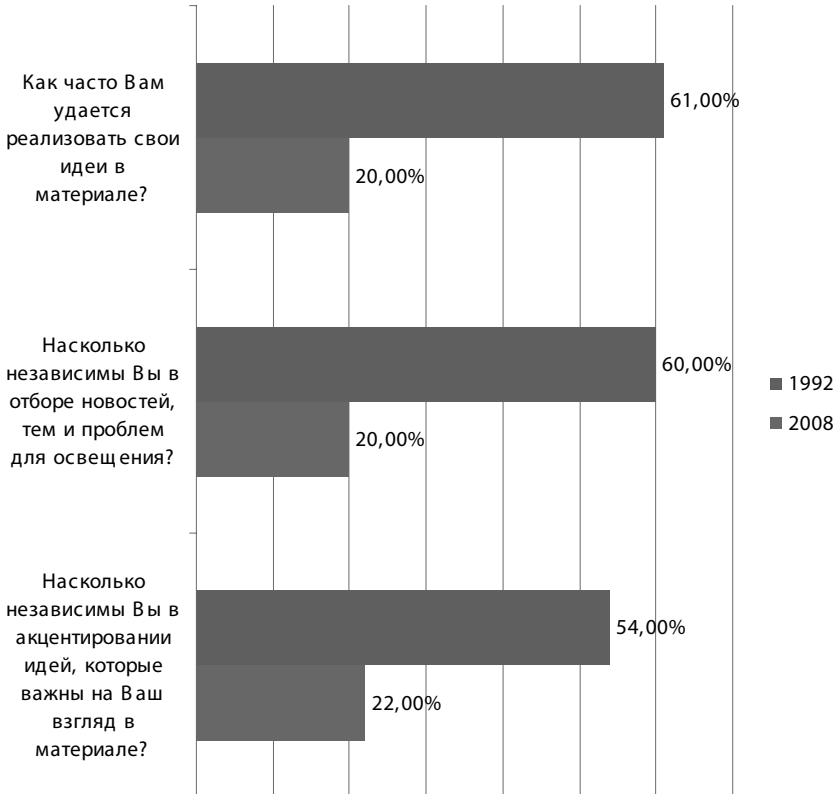
³ *Беляева Л.А.*. Социальный лифт заклинило. Экспертный канал «Открытая экономика», 2009. Режим доступа: <http://www.opec.ru/1307485.html>

Всероссийского Конгресса журналистов, организованного Российским союзом журналистов в сентябре 2008 года. Из 620 журналистов, приехавших на Конгресс, 260 проявили желание участвовать в опросе и ответили на вопросы анкеты. Второй этап был проведен в регионах в октябре и ноябре 2008 года Институтом социологии Российской Академии наук (М. Черныш) с привлечением своих интервьюеров на местах. На этом этапе было опрошено 536 журналистов, работающих в прессе, радио, телевидении и интернет-изданиях. Поскольку данных по количеству журналистов в России не удалось обнаружить, было решено сделать региональную выборку, включая не только крупные, но и малые города. В результате региональная выборка на втором этапе исследования была составлена из 36 городов, представляющих три категории: большой город с населением 1 миллион жителей и выше (319 респондентов), средний город с населением от 200 тысяч до 999 тысяч жителей (359 респондентов) и малый город с населением меньше 200 тысяч жителей (118 респондентов). Выборка городов представляла все шесть социо-экономических округов Российской Федерации, включая Москву и Санкт-Петербург. В конце работы данные второго этапа опроса (536 респондентов) были соединены с данными первого этапа (260 респондентов). В итоге были получены анкеты от 796 респондентов. Оба исследования использовали анкету для опроса журналистов, разработанную на базе работающих анкет в международных исследованиях журналистов [Weaver, 1986, 1998].

Свобода

Журналистская свобода в редакции была исследована с помощью трех вопросов, заданных в исследованиях в 1992 и 2008 году. Результаты опросов были сопоставлены и суммированы в графике 1. Как это видно, отвечая на первый вопрос в 1992 году, две трети журналистов (61%) утверждали, что они были «всегда» успешны, чтобы реализовать их идею в публикации. В 2008 году такие журналисты составляли пятую часть (20%). Сопоставление ответов на второй вопрос показало, что профессиональная свобода в отборе новостей, тем и проблем для публикации уменьшилась от 60% тех журналистов, считающих себя «полностью независимыми» в 1992 году, до 20% журналистов, считающих себя «полностью независимыми» в 2008 году. Результаты ответов на третий вопрос обнаружили, что число чувствующих себя «полностью независимыми» при выражении идей, важных на их взгляд в материале, уменьшилось с 54% в 1992 до 22% в 2008 году.

**Редакционная автономия
(в процентах, «всегда» удается и «полностью» независим)**



Однако анализ показал, что число «ситуативных журналистов», которые «иногда независимы, иногда нет», значительно возросло в 2008 году по сравнению с такими же журналистами в 1992 году: в отборе новостей, тем и проблем для публикации от 5 к 29%, и в подчеркивании важных идей в их материале — от 6 к 23%. Ситуативный характер журналистов также проявился в подходах к рабочим методам. В 1992 году большинство одобряло такие новые методы работы, как плата за конфиденциальную информацию, устройство в организацию с целью получить внутреннюю информацию, недоступную постороннему, использование скрытых камер и микрофонов. В начале 1990-х годов журналисты вводили упомянутые методы, желая обнаружить правду и копируя новую западную идею журналистики быть оппонентом к тем, кто во власти. Они вводили новый жанр публикаций — «журналистское рассле-

дование». В то время еще не было трагических случаев гибели журналистов из-за их профессиональной деятельности, не было массового преследования в судах теми, о ком журналисты писали критические материалы.

В 2008 году журналистов, одобряющих эти методы, было всего около четверти, но тех, кто использовал бы эти методы в зависимости от ситуации, была половина. Это можно понять. Журналистика стала опасной работой, если вскрывать правду. Самыми опасными темами были война, политика, коррупция, бизнес и права человека⁴. Печальная статистика насилия над журналистами насчитывает свыше 300 погибших журналистов⁵. Нынешние журналисты также боятся судебных преследований, поэтому избегают сомнительных методов в работе, даже если бы это помогло вскрыть правду. Поэтому трудно утверждать, что журналисты стали вести себя более этично, чем в 1992 г., реже используя эти сомнительные методы в работе. Но можно сказать, что они стали более опытными и осторожными и хорошо осознали цену риска.

Ограничения

В 2008 году журналистов спросили об ограничениях в работе. Для этого им предложили выбрать два самых влиятельных ограничения из двенадцати предложенных. Как видно из таблицы 1, самыми влиятельными факторами, ограничивающими журналиста в работе, были местные власти — об этом сказали одна треть и редакционное начальство — высказался каждый пятый. Этика как ограничение была важна для 15% журналистов, а мнения коллег — практически не имели значения (3%). Это свидетельствует о том, что внешние факторы служили главными регуляторами поведения журналистов, тогда как внутренние профессиональные ограничители оставались слабыми и маловостребованными.

В 1992 году 62% всех журналистов были «очень довольны» и «вполне довольны» работой. Их удовлетворенность происходила, главным образом, от новой и практически неограниченной свободы прессы, которая только что сменила тотальный партийный контроль. Большинство ощущало себя независимыми репортерами. В 2008 году число довольных журналистов (очень и вполне) выросло почти до 72%. Их спросили о причинах удовлетворенности, попросив выбрать две самые важные на их взгляд причины из двенадцати предложенных. Таблица 2 показывает рейтинг причин

⁴ CPJ, Committee to Protect Journalists, 2011. Режим доступа: <http://www.cpj.org/killed/europe/russia/>

⁵ Российский Союз Журналистов. Database of Deaths of Journalists in Russia, 2011. Режим доступа: <http://journalists-in-russia.org/journalists>

удовлетворенности журналистов. Большинство было удовлетворено самостоятельностью при решении, как и о чем писать (65%), возможностью помогать людям (64%) и политической ориентацией медиаорганизации, где они работали (60%). Треть журналистов были удовлетворены заработком (39%), возможностями карьеры в журналистике (38%), политической независимостью их профессии (37%) и дополнительными льготами, которые им могли предложить по месту работы (37%).

Таблица 1

Ограничения в работе

Типы ограничений	Совокупный %
Местные власти	29,4
Вмешательство начальства	23,0
Характер медиа аудитории	19,4
Специализация медиа	16,5
Этика	14,6
Точка зрения рекламодателя	14,5
Политическая линия медиа	13,7
Владелец медиа	9,9
Влияние федеральной власти	7,1
Ничего	5,5
Другое	3,9
Мнение коллег	3,4

Можно отметить существенную разницу между старшим, советским поколением журналистов, пришедших в профессию до 1991 года, и молодым поколением, попавшим в журналистику в 2000 году и позже. Молодое поколение было более оптимистично относительно возможностей для различных подработок в профессии и политической независимости журналистики. Также молодежь чувствовала себя более защищенной в профессии, чем старшие коллеги, была более чем довольна перспективами будущей карьеры в медиа и более удовлетворена дополнительными льготами в журналистике. В общем, на старте их вхождения в профессию молодые журналисты были самыми счастливыми. Это могло означать, что нынешняя ситуация в профессии отвечает их ожиданиям иметь возможности для самореализации, творчества и широкой коммуникации, которые и были главными причинами пойти в журналистику [Pasti et al, 2012, p. 275—276].

Удовлетворенность в работе по фактору поколения (в %, полностью или главным образом удовлетворен)

Причины быть удовлетворенным	Временной период			
	Советское: 1991 год или раньше	Переходное: 1992—1999 гг.	Постсоветское: 2000 год или позже	Все журналисты
Самостоятельно решать, как и о чем писать	70,7	62,7	61,2	64,7
Возможность помогать людям	65,3	63,5	64,9	64,2
Политическая линия медиа	60,9	61,4	58,3	60,1
Безопасность работы, социальные гарантии	43,4	52,1	59,7	51,6
Возможность повышать квалификацию	50,2	48,7	55,1	51,1
Возможность влиять на общество	46,5	46,9	53,8	48,9
Возможности для дополнительной занятости (вторая работа)	44,8	48	52,8	48,4
Возможности получать повышение в должности	39,8	40,9	45,5	42,1
Размер заработка	42,7	40,0	34,4	38,8
Возможности карьеры через журналистику — в политику, госслужбу, бизнес	38,6	35,8	39,0	37,7
Политическая независимость профессии	34,0	32,4	44,9	37,1
Дополнительные льготы	30,5	35,9	43,9	36,7

Хотя границы журналистской свободы в редакции значительно сузились за последние 16 лет, как показали ответы в 2008 году, это не повлияло на уровень удовлетворенности нынешних журналистов. Возможно потому, что большинство (60%) были удовлетворены политической линией их медиаорганизации. Журналисты чувствовали себя вполне комфортно в подконтрольных медиа, были довольны тем, как работают их редакции. Большинство считало, что их редакции хорошо информировали свою аудиторию. Среди них 10% сказали, что их медиа отлично делают свою работу, 36% — выполняют свою работу хорошо, хотя и не без определенных недостатков. В малых городах таких журналистов было даже больше (61%), чем в больших (41%) и в городах среднего размера (46%). Число критически настроенных журналистов, неудовлетворенных работой их медиа, было незначительно (8%).

Отношение к профессии

Чтобы прояснить журналистские подходы к профессии, был выполнен факторный анализ двенадцати переменных, измеряющих источники удовлетворенности нынешних журналистов. В результате проявились три фактора. Первый фактор включал четыре переменные, ранжированные по важности в следующем порядке: возможность влиять на общество, помогать людям, политическая независимость профессии, свобода решать, как и о чем писать. По своему ценностному измерению этот кластер политический и может быть определен как *власть*, поскольку базируется на ресурсе власти и независимости.

Второй фактор включал три переменные: дополнительные льготы, социальная защищенность и заработок. Его ценностное измерение экономическое, что предполагает соответствующие условия социальных гарантий и безопасности. Поэтому этот кластер может быть определен как *материальное благополучие*.

Третий фактор включал четыре переменные: возможности карьеры через журналистику с получением позиции в государственной службе и бизнесе, вторая работа, возможности роста в редакции и возможности для повышения квалификации. По своей ценности этот кластер может быть определен как *социальная мобильность*.

Суммируя, можно полагать, что журналистские подходы к профессии проявляются в трех измерениях согласно их значимости у журналистов: иметь власть, стать состоятельным и иметь перспективы для дальнейшего продвижения. Возможно, журналистика есть та профессия, которая обеспечивает такие возможности или ресурсы для своих работников.

**Факторный анализ источников удовлетворенности
(повернутая матрица компонентов)**

	Компонент		
	1	2	3
Влиять на общество	,756		
Помогать людям	,687		
Политическая независимость профессии	,658		
Самостоятельно решать, как и о чем писать	,654		
Политическая линия медиа	,602	,458	
Дополнительные льготы, которые дает работа		,712	
Безопасность работы, социальные гарантии		,673	
Размер заработка		,614	
Карьера в политике, госслужбе, бизнесе			,773
Вторая работа			,689
Повышение в должности			,532
Повышение квалификации		,404	,425

Ресурсная парадигма как альтернатива традиционным концепциям стратификации была разработана в западной социологии [Бурдьё, 2004, с. 519—526; Бек, 2000; Кастельс, 2000; Sorensen, 2000, р. 1523—1558; Grusky, 2001, р. 3—39]. В России ресурсный подход для анализа социальной стратификации видится особенно релевантным, как дающий обширные эвристические возможности для анализа постсоветского общества. Он был развит в работах Шкаратана [Шкаратан, 2003], Радаева [Радаев, 2005], Тихоновой [Тихонова, 2004, с. 24—35] и других исследователей.

В рамках ресурсного подхода социальное неравенство в России есть логическое последствие разного количества ресурсов, которыми различные социальные группы владеют. Ресурсы распределены неравно: только 7—8% населения в России имеет такое количество ресурсов, которые достигают качества капитала [Тихонова, 2007, с. 267]. Капиталы рассмотрены как таковые, если они могут быть конвертированы один в другой и в экономический капитал и если они ведут к росту совокупного капитала. Социальная структура современной России, согласно Тихоновой, состоит из пяти главных ресурсов: экономического капитала (доход, собственность),

квалификационного капитала (образование, практика, умения и навыки), культурного капитала (уровень социализации, стиль жизни), властного капитала (политический и административный ресурс) и социального капитала (социальные связи).

Место индивида в обществе зависит от капиталов, которыми он владеет. То есть, капиталы определяют, к какому классу индивид принадлежит: к классу собственников дефицитных ресурсов, которые недоступны для большинства; к классу собственников недефицитных ресурсов; или к классу лишних, социально исключенных людей [Тихонова, 2006, с. 28—29].

Российские журналисты в рамках ресурсной парадигмы могут быть причислены к классу собственников дефицитных ресурсов. Прежде всего, журналисты в силу их профессии часто воспринимают себя как собственники информации, которая есть дефицитный ресурс, особенно в обществе, где медиа несвободны. Журналисты ищут и производят информацию, и они в рамках политической линии их медиа определяют (администрируют), какую информацию дать или не дать обществу.

Во-вторых, в медиа, которые подконтрольны местной власти, чиновники выступают главными источниками информации. Эти эксклюзивные контакты журналистов с теми, кто владеет ресурсом власти, помогают журналистам аккумулировать их *властный капитал*.

Рыночные свободы в профессии не препятствуют совмещению штатной работы с дополнительными приработками вне штатной занятости, что, по сути, есть приближенные к элите заработки на рынках медиа, рекламы и пиар-услуг. Это обеспечивает журналистов *экономическим капиталом*. *Культурный капитал* накапливается благодаря их формальным и неформальным профессиональным и социальным связям, которых у журналистов в изобилии. Но также культурный капитал накапливается благодаря семейным привилегиям, которые в современной России, а также в медиа имеют сегодня большое значение. В результате, комбинация этих трех главных капиталов ведет к привилегированной позиции журналиста и дает ему возможность быть вместе с теми, кто во власти, и влиять, становиться состоятельным и быть мобильным.

Журналистика как социальный лифт

Открытость

Журналистика остается открытой профессией для любого желающего. За последние шестнадцать лет число журналистов с нежурналистским образованием возросло с 44% в 1992 году до 48% в 2008 году. Число журналистов, имеющих высшее образование,

осталось за этот период неизменно высоким — 86% в 1992 и 2008 году. В больших городах (1 миллион жителей и выше) в редакциях каждый второй журналист был с журналистским дипломом. В малых городах (до 200 тысяч жителей) только один из десяти в редакциях имел специализированное журналистское образование. Здесь каждый пятый пришел в редакцию случайно, что дважды превышало число «случайных журналистов» в штатах редакций большого города.

Вертикальная мобильность

В малых городах, как показывает таблица 4, выходцы из семей рабочего класса составляли половину всех работающих журналистов. В большом городе и городе среднего размера журналистика становилась «буржуазной», подавляющее большинство составляли выходцы из семей среднего класса: менеджеров и профессионалов, но не из семей журналистов.

Таблица 4

Социальная позиция респондента по отцу

	Большой город	Средний город	Малый город	Все журналисты
Топ менеджер (руководитель высшего звена)	8,4	7,2	4,3	7,4
Руководитель среднего звена	25,3	18,2	17,2	20,7
Руководитель младшего звена	3,4	6,1	4,3	4,9
Журналист или редактор	4,4	4,3	0,9	3,7
Профессионал не из медиа	27,3	28,8	11,2	25,6
Служащий (не высшее образование)	8,8	8,6	9,5	8,8
Рабочий в городе	12,1	17,9	27,6	17,0
Рабочий в деревне	4,0	5,2	20,7	6,9
Другое	6,4	3,7	4,3	5,0
	100,0	100,0	100,0	100,0

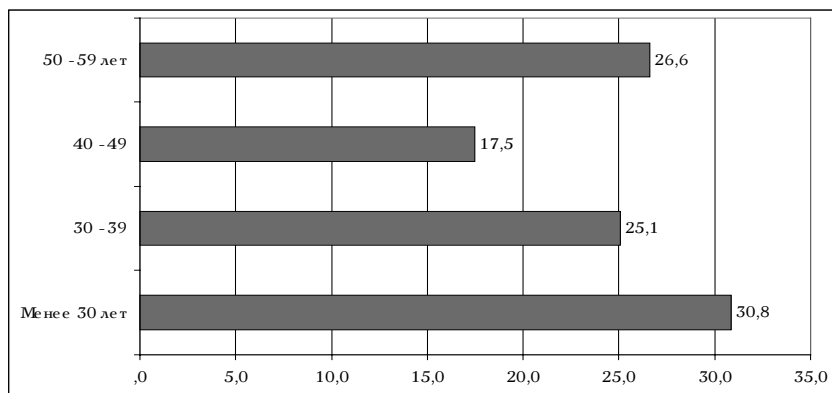
Временность

В исследовании 1992 года все возрастные группы были представлены пропорционально в журналистской популяции. В 2008 году исследование показало, что возрастной баланс был нарушен. На графике 2 видно, что возрастная группа 40—49 лет была самой ма-

лчисленной (17,5%) в возрастной структуре профессии. Это могло свидетельствовать об уходе журналистов из профессии или изменении их статуса в этом профессионально-зрелом возрасте. Интервью, проведенные с молодыми журналистами, засвидетельствовали, что они не собирались задерживаться в профессии. Как сказал один респондент: «Сегодня, кажется, что журналистика держится благодаря старым журналистам. Среди молодых, к сожалению, я редко встречаю тех, кто, во-первых, хочет остаться в профессии, и, во-вторых, хочет действительно быть полезным и реально заинтересован в своих читателях, слушателях или зрителях».

График 2

Возраст



Деюнионизация

Сравнительный анализ результатов двух исследований показывает падение интереса журналистов к их профессиональному союзу. В исследовании 1992 года большинство журналистов (60%) были членами Союза журналистов. В 2008 году их число сократилось до 41%. Среди них подавляющее большинство — старшее поколение (76%) и незначительное число журналистов молодого пост-2000 поколения (17%). Тренд деюнионизации обнаруживает временный подход молодых журналистов к профессии и отсутствие у них групповых интересов. Это совершенно не схоже с советской ситуацией, когда молодые мечтали о вступлении в Союз и работали усердно, чтобы получить рекомендацию для вступления в Союз от их старших коллег. Нынешнее пренебрежение Союзом, его не востребованность среди молодых свидетельствует о внутреннем процессе атомизации журналистского сообщества. Это чревато уменьшением солидарности среди журналистов и препятствиями для дальнейшей профессионализации.

Профессиональная мобильность

Результаты исследования 2008 года обнаружили, что журналисты активно перемещались на медиарынке из одной редакции в другую. На момент опроса подавляющее большинство пришло в штат их редакций в 2000-е годы. В еженедельных журналах их было 82%, в ежемесячных журналах — 89, на радио — 82, в интернет-медиа — 94%. Только газеты, особенно ежедневные, показали самый низкий уровень текучести персонала, где каждый третий журналист работал здесь с советских времен или пришел в 90-е годы. В советское время профессиональная мобильность имела свои ограничения. В частности, журналист, если и менял свое рабочее место, то, как правило, перемещаясь не вертикально снизу вверх, например, двигаясь из районной газеты в областную газету, но на том же уровне: из одной районной газеты в другую районную газету, или из одной областной газеты в другую областную газету. Такая горизонтальная мобильность свидетельствовала о нехватке перспектив профессионального роста у советских журналистов [Кузин, 1971, с. 157—158]. Сегодня продвижение профессиональной карьеры во многом зависит от самих журналистов, когда они перемещаются не только в равноуровневые медиаорганизации, но и меняют место жительства, мигрируя из малого города в большой.

Заключение

Вопрос популярности профессии журналиста в условиях, когда медиа потеряли политическую независимость, был рассмотрен на базе сравнительного анализа двух исследований журналистов, проведенных в 1992 и 2008 году. Анализ подтвердил, что число журналистов, воспринимающих себя независимыми репортерами, сократилось в три раза — с 60% в 1992 году до 20% в 2008 году. В то же самое время число тех, кто действовал по ситуации, возросло и составило одну треть.

Главными ограничителями профессиональной свободы журналистов в 2008 году были местные власти и редакционное начальство, то есть политический контроль и редакционная цензура. Тем не менее число журналистов, довольных условиями работы, возросло в 2008 году (72%) по сравнению с 1992 годом (62%). Больше всего журналисты были довольны своей самостоятельностью (о чем и как писать) и политической линией редакции, где они работали. Большинство были удовлетворены тем, как работают их медиаорганизации. То есть современные журналисты научились делать «правильный» выбор и чувствовать себя самостоятельными в этом выборе. Этатизация медиа, кажется, несет только плюсы: спасает от рыночной непредсказуемости и в то же время не препятствует коммерциализации.

Этатизация и коммерциализация — два главных тренда развития современной медиасистемы в России. Журналистика находит себя в привилегированной позиции, будучи вместе с государством и рынком. Медиасистема есть неотъемлемая часть социополитической системы. За последнее десятилетие Россия вместе с постсоветскими странами, за исключением Балтийских государств, показала похожие внутренние политические процессы, которые вели к формированию похожих общественных систем. Андрей Рябов характеризует эти системы как «постсоветский капитализм» [Рябов, 2011], главная черта которого есть основа слияния институтов власти и собственности в единый институт власти-собственности. Государственная правящая бюрократия концентрирует в своих руках не только политическую власть, но также конкретную собственность. Это явление заметно как на уровне национальных экономик, так и на уровне регионов и районов. Чрезмерная концентрация финансово-экономических, политических, административных, информационных и других ресурсов на высшем уровне препятствует реальной демократизации постсоветских стран — свободным выборам, независимым от государства медиа и власти закона.

В Европейском социальном исследовании (ESS) за 2006—2008 годы с участием 25 стран, современная Россия появляется как страна, похожая и не похожая на Европу [Андреевская, Беляева, 2009]. Россия опережает восточно-европейские и некоторые западные европейские страны по уровню образования и количеству профессионалов. Она демонстрирует сильную приверженность к индивидуализму с такими приоритетными ценностями, как конкуренция, индивидуальный успех, власть, богатство, тогда как солидарность уменьшается. Однако ее население показывает самый низкий уровень удовлетворенности в работе среди европейских стран. В сравнении с другими странами Россия показывает самый сильный разрыв между высоким уровнем дохода в верхнем классе и низким уровнем потребления большинства людей, что свидетельствует об ограниченных возможностях большинства россиян.

В отличие от большей части населения в России, журналисты разделяют европейское настроение, будучи удовлетворены их условиями работы, особенно молодое поколение, выросшее в успешно капитализирующейся урбанистической России. Типичный постсоветский журналист — это счастливый журналист, совмещающий в себе две идентичности: штатного работника медиа, принявшего политический контроль государства, и рыночного фрилансера, преследующего свои экономические интересы и творческие амбиции. Некоторые предпочитают называть себя не журналистами, а работниками медиа.

Современная журналистика обеспечивает доступ к трем важным ресурсам: *власти*, поскольку она обслуживает политическую

власть и администрирует информацию обществу; *материальному достатку*, поскольку она кормится одновременно от государства и рынка; и *социальной мобильности*, которая поддержана элитными связями с бюрократией и бизнесом. Эти ресурсы обеспечивают высокую удовлетворенность среди большинства журналистов. Журналистика популярна, потому что через нее можно найти новые жизненные шансы и изменить свой статус в обществе, то есть журналистика используется как социальный лифт. Это ведет к потере профессионального этоса, потому что формирует вектор развития отношения к журналистике не как к профессии как *Цели*, но как к профессии как *Средству*. В результате принципиальный вопрос свободы прессы остается невостребованным среди большинства практиков.

Список литературы

Андреевкова А.Б., Беляева Л.А. Россия в Европе: по материалам международного проекта «Европейское социальное исследование». М.: Академия, 2009.

Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000.

Бурдые П. Формы капитала // Западная экономическая социология. М.: РОССПЭН, 2004.

Двадцать лет реформ глазами россиян (опыт многолетних социологических замеров). М.: Институт социологии РАН, 2011.

Журналист. Российско-американские исследования // Под общ. ред. Я.Н. Засурского. М.: Эслан, 1998.

Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика. Общество. Культура. М., 2000.

Кордонский С.Г. Сословная структура постсоветской России. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2008.

Кузин В.И. Газета — орган партийного комитета. Л.: Лениздат, 1971.

Радаев В.В. Экономическая социология. М.: ГУ ВШЭ, 2005.

Радаев В.В., Шкартан О.И. Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996.

Руткевич М.Н. Социальная поляризация // SOCIS. 1992. № 9.

Рябов А. Постсоветская общественная модель: характерные особенности и современное состояние // Вестник общественного мнения. 2011. № 1 (107) январь—март.

Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия: журналист. М.: Аспект Пресс, 2010.

Талов В.П. Журналистское образование в СССР. Л.: ЛГУ, 1990.

Тихонова Н.Е. Социальная стратификация в современной России. М.: ИС РАН, 2007.

Тихонова Н.Е. Ресурсный подход как новая теоретическая парадигма в стратификационных исследованиях // Социологические исследования. 2006. № 9.

- Тихонова Н.Е.* Социальный капитал как фактор неравенства // *Общественные науки и современность*. № 4. 2004.
- Черныш М. Ф.* Социальная мобильность в 1986—1993 // *Социологический журнал*. 1994. № 2.
- Черныш М.Ф.* Социальная мобильность в обществе переходного типа // *Социально-стратификационный процесс в современном обществе*. Т. 1. М.: ИС РАН, 1992.
- Шкаратан О.И., Бондаренко Б.А., Крельберг Ю.М., Сергеев Н.Б.* Социальное расслоение и его воспроизводство в современной России. М.: ГУ ВШЭ, 2003.
- Glass D.V.* (ed.) *Social Mobility in Britain*. London: Routledge, 1954.
- Grusky D.B.* *The Past, Present, and Future of Social Inequality* // *Grusky D.B.* (ed.) *Social Stratification. Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*: Westview Press, 2001.
- Johnson A.G.* *The Blackwell Dictionary of Sociology: A user's guide to sociological language*. 2nd edition. Blackwell Publishers, 2000.
- Lukina M., Vartanova E.* *Journalism Education in Russia*. WJEC, 2012.
- Pasti S.* *A New Generation of Journalists* // *Rosenholm A., Nordenstreng K., Trubina E.* (eds.) *Russian Mass Media and Changing Values*. London: Routledge, 2010.
- Pasti S.* *Return to Media Serving the State: Journalists in Karelia* // *Melin H.* (ed.) *Social Structure, Public Space and Civil Society in Karelia*. Helsinki: Kikumora, 2005b.
- Pasti S., Chernysh M. F., Svitich, L. G.* *The Russian Journalists and Their Profession* // *Weaver D.H., Willnat L.* (eds.) *The Global Journalist in the 21st Century*. New York: Routledge, 2012.
- Pasti S.* *Two Generations of Contemporary Russian Journalists* // *European Journal of Communication*. 2005a. Vol. 20 (1),
- Payne G.* *Social mobility* // *Outhwaite W., Bottomore T.* (eds.) *The Blackwell Dictionary of Twentieth-Century Social Thought*. Blackwell Reference, 1998.
- Richter A.* *The Post-Soviet Media and Communication Policy Landscape: The Case of Russia* // *Mansell R., Raboy M.* (eds.) *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. Wiley-Blackwell, 2011.
- Sorensen A. B.* *Toward a Sounder Basis for Class Analysis* // *American Journal of Sociology*. 2000. Vol. 105 (6). May.
- Sorokin P.* *Social and Cultural Mobility*. Glencoe: Free Press, 1959.
- Weaver D.H.* *The American Journalist. A Portrait of U.S. News People and Their Work*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 1986.
- Weaver D.H.* (ed.) *The Global Journalist: News People Around the World*. Cresskill: Hampton Press, 1998.
- Zassoursky I.* *Media and Power: Russia in the Nineties* // *Nordenstreng K., Vartanova E., Zassoursky Y.* (eds.) *Russian Media Challenge*. Helsinki: Kikumora. 2001.

И.В. Стечкин, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры социологии журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: ilya.stechkin@gmail.com

ИНТЕРАКТИВНОСТЬ В ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ЦЕННОСТНАЯ ПАРАДИГМА, ПРИОБРЕТАЕМАЯ В ПРОЦЕССЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В том, что внимание аудитории — это основная ценность журналиста, никто не сомневается. Но как добиться этого внимания? Умение слушать так, чтобы одолжить аудиторию вниманием и иметь возможность своевременно взыскать этот долг — одна из востребованных рынком компетенций современного журналиста, составляющая часть интерактивности СМИ. Почему возник спрос на интерактивность в СМИ? Как воспитать у студента-журналиста уважение к мнению аудитории? При помощи каких технических средств можно формировать навыки эффективного диалога с аудиторией? Попытка ответить на эти вопросы предпринята в данной статье.

Ключевые слова: журналистика, журналистское образование, профессиональные ценности журналиста, интерактивность, общественный диалог.

The article is devoted to the issue of necessity of interaction between the active part of the audience and a modern journalist. The author states that the latter do not possess the competences to fulfill the interaction, which causes discrepancy between theory and the expectations of practicing journalists. The article touches upon the issue of academic mobility, and in connection with that the author provides the results of the experiment on using the instruments of distant learning (in the form of analysis of the students' feedback). The conclusion that the author makes is that real work of a journalist with the active audience comprises perception of the audience's voice in order to be heard.

Key words: journalism, journalism education, professional competences, professional values of the journalist, interactivity, public dialogue.

Первый подход к данной проблеме был предпринят автором данной статьи в 2006 году [Стечкин, 2006, с. 269—272]. Вывод был вполне ожидаемый: большинство ролей журналиста, по крайней мере в Интернете, имеют (должны иметь!) социальную составляющую, то есть реализуются в процессе интерактивного взаимодействия с аудиторией. С тех пор были получены подтверждения, как посредством теоретических изысканий, так и в результате эмпирических исследований.

Союзники и противники

Серьезным союзником в деле борьбы за признание изменений в отношении журналиста и аудитории стал британский исследователь коммуникации Денис МакКуэйл. В шестой главе, названной «Новым медиа — новую теорию?», пятой редакции своей «Теории массовой коммуникации» он, в частности, пишет следующее:

«Что же до роли аудитории, то здесь имеются широкие возможности для изменений, особенно в направлении большей независимости и равенства в отношении ресурсов и источников снабжения относительно ресурсов. <...> Баланс деятельности аудитории смещается с восприятия в сторону поиска, консультирования и более персонального взаимодействия <...> В общей «переделке» мы с большой степенью вероятности распознаем возникновение отдельных, более специализированных институциональных комплексов медиадеятельности. Они будут основаны на *определенных технологиях* (выделено мной. — И.С.)» [McQuail, 2008, p. 139].

При этом ученый не спешит отказываться и от классических форм отношения с аудиторией: «...Мы можем наблюдать непрерывность в массовой аудитории, а «кураторство» (gatekeeping) и редакторское руководство (editorial guidance) все еще пользуются спросом аудитории <...> Взаимодействие и возможность выбора — не универсальные блага; у многих людей нет энергии, желания, потребности или навыка вовлечения в такие процессы» [там же].

Иными словами, речь идет о выделении двух типов аудитории: активной и пассивной. Первая склонна использовать возможности новых медиа, позволяющие прямо (через создание и публикацию контента) и косвенно (через различные системы оценок и рейтингов контента, с помощью инструментов социального цитирования) влиять на повестку дня СМИ [Stechkin, 2011, p. 255]. Потребности этой аудитории существенно отличаются от традиционно свойственных аудитории второго типа.

Пассивная аудитория ограничивается реализацией права выбора источника информации. При этом часто представители активной аудитории пребывают в двух медиапроекциях действительности: в той, в которой им комфортно (они разделяют интерпретацию событий, предлагаемую сотрудниками СМИ, создающего соответствующую проекцию), и в той, в которой им дискомфортно (они категорически не согласны с интерпретацией событий, предлагаемой журналистами СМИ, создающего эту проекцию). Потребление материалов из обеих медиапроекций вызывает у представителей пассивной аудитории эффект участия в общественном диалоге через сопереживание одной позиции и отрицание другой.

Итак, потребность в содержательном диалоге испытывают представители аудитории первого типа. Именно при построении отношений с этой аудиторией принципиально важно создать эффективные каналы интеракции, двусторонней коммуникации. Создание таких каналов требует специальных знаний, умений и навыков.

Однако ни практикующие журналисты, ни преподаватели дисциплин журналистского цикла не включают соответствующие компетенции в топ. Напротив, по данным исследования, проведенного Европейской ассоциацией преподавателей журналистики (ЕЖТА) [Дрок, 2011], можно говорить о том, что они находятся в нижней части таблицы приоритетов.

Следы интерактивности можно найти в рассуждениях о разнице подходов российских и европейских медиапрофессионалов к вопросу об основных компетенциях современного журналиста: «Самое значительное отличие российских медиапрофессионалов от их европейских коллег состоит в том, что первые ставят ниже языковую компетенцию (Европа — 28, Россия — 49), а также желание взаимодействовать с обществом (Европа — 24, Россия — 43)».

А что думают те, кто только готовится войти в профессию? «Студенты, как и российские профессионалы, в иерархии ценностей ниже ставят “хорошие знания общего характера” и “инициативу”. Однако еще ниже они оценивают квалификацию “умение разделять основные и второстепенные факты” и “интерпретацию информации”. При этом они считают, что большое значение в следующие десять лет приобретут следующие квалификации: “ответственность за свои решения” (6 место), “представление идей убедительно” (8 место), “умение приспособиться к непредвиденным обстоятельствам” (9 место) и “понимание своих слабых и сильных сторон” (10 место)».

Легко видеть, что в списке перспективных компетенций прямых увязок с интерактивностью тоже не наблюдается. В нем не нашлось места для таких компетенций, как «Эффективное ведение диалога с аудиторией», «Владение инструментами обратной связи», «Качественное управление дискуссией» и т.п.

Налицо очевидное противоречие между ожиданиями теоретиков и практиков журналистики. Можно ли построить такую образовательную модель для журналистов, в центре которой оказался бы не контент; не медиапрофессионал, его функциональные и социальные роли, но аудитория? Есть ли тому предпосылки в практике журналистской деятельности? Какие изменения должны произойти в программе подготовки журналистов? Какие образовательные приемы могут этому способствовать?

Интерактивность в медиапрактике митингующей России

Обилие информационных поводов заставило некоторые средства массовой информации пересмотреть свои отношения с активной частью аудитории с тем, чтобы обеспечить пассивную ее часть оперативной информацией с места событий. Среди тех, кто был в первых рядах этого процесса, можно назвать «Новую газету», «Газету.Ру», сайт издания «Большой город», телеканал «Дождь» и радиостанцию «Эхо Москвы». Конфликтная ситуация, спровоцированная «двойным» показом на телеканале НТВ фильма «Анатомия протеста», по сути является битвой активной аудитории с одной стороны и ортодоксальной, «вещательной» парадигмы СМИ — с другой. При этом НТВ, отстаивая в том числе интересы анахроничной медиамодели, несет колоссальные потери в пространстве так называемых «новых медиа». Так, сайт телеканала недоступен уже третьи сутки (на 18 марта, начиная со дня эфира, 15 марта). А площадки НТВ в социальных сетях превратились в поле «троллической»¹ битвы.

Мейджеры индустрии массмедиа (в частности, НТВ) имеют официальные и неофициальные инструменты лоббирования своих интересов и наоборот — государство имеет средства давления на лидеров индустрии, что позволяет формировать выгодную государству информационную проекцию действительности. Более того — не всегда возможно обозначить границу между государственными интересами и интересами лидеров информационной индустрии. В случае с НТВ: канал является частью медийных активов холдинга Газпроммедиа, который связан с соответствующей природной монополией, являющейся инструментом политического давления. В этой ситуации, очевидно, интересы общества в целом могут вступать в конфликт с интересами государства. Основой конфликта интересов общества вообще и какого-либо конкретного государства в данном случае — логика рассуждений и система ценностей. Государству, по причинам, названным выше, близка логика бизнеса, которая опирается на понятие прибыли, являющееся ядром системы ценностей любого эффективного бизнеса. Но общество в целом не подчиняется исключительно принципу экономической целесообразности. Ему свойственно, например, любо-

¹ Троль — троллить — троллинг (от англ. trawling — ловля на блесну) — размещение в Интернете (на форумах, в дискуссионных группах, в вики-проектах, ЖЖ и др. социальных медиа) сообщений с целью спровоцировать конфликты в сообществе. Лицо, занимающееся троллингом, называют троллем. При «обрусевшем» произношении слово является омофоном названия класса мифологических существ. Это обстоятельство определило появление таких идиом, как «кормить троллей» (реагировать на провокацию «троля»).

пытство, радость творчества, потребность поделиться интересной информацией. Приоритетные направления в профессиональной деятельности журналистов, в частности, находятся между логикой бизнеса (так как испытывают на себе ее сильнейшее влияние) и интересами общества. Конфликт происходит в тот момент, когда бизнес старается полностью подчинить себе логику развития такой социально значимой профессии, как журналистика.

Фактор реального времени

Текст в современных СМИ рождается в режиме реального времени с участием очевидцев и/или участников событий: наблюдателей сторонних или включенных. Опыт многочисленных «параллельных» митингов показал, что СМИ физически не могут справиться с освещением информационного потока с помощью своих собственных корреспондентов. И вынуждены обращаться за помощью к представителям активной аудитории.

Не имея соответствующего опыта, СМИ действуют «на ощупь», а преподаватели зачастую не имеют необходимых компетенций для того, чтобы органично встроить в процесс обучения использование новых информационно-коммуникационных технологий. Но ведь включение технологических составляющих интеракции в процесс профессиональной подготовки будущих журналистов могло бы стать первым шагом на пути к изменению ценностной парадигмы медиапрофессионалов.

Фактор академической мобильности

В этих рассуждениях мы еще не коснулись вопроса академической мобильности. А между тем сегодня очевидно, что ученый, не принимающий участия как в локальных, так и в глобальных международных научных событиях, оказывается выключен из процесса информационного обмена, а значит, увеличивается риск анахроничности не только выводов, но и проблематики его исследований. Разрыв научного и образовательного процессов уже приводит к тому, что ведущие российские вузы теряют позиции в мировых рейтингах. Интеграция актуальных ИКТ в образовательный процесс обеспечивает возможность преподавателю активно участвовать в международных научно-исследовательских проектах без ущерба для академической дисциплины. Ведь набор инструментов для дистанционного образования сегодня очень разнообразен и, что немаловажно, пересекается с набором инструментов интеракции, необходимых современному медиапрофессионалу.

Эксперименты

Для того чтобы экспериментально подтвердить или опровергнуть рассуждения о целесообразности, и даже более того — о необходимости использования элементов дистанционного образования в процессе обучения журналистов, нами была проведена серия экспериментов. Их описание и результаты предлагаем вашему вниманию.

Участники и география эксперимента

В данном эксперименте приняли участие слушатели 4-й группы подготовительных курсов факультета журналистики МГУ в рамках курса «Введение в специальность», студенты 114-й группы дневного отделения в рамках курса «Мультимедийные технологии в журналистской деятельности», а также участники исследовательского семинара «Роли журналиста в Интернете». Обратная связь в достаточном объеме получена от первой и второй категории участников.

Эксперимент проводился с использованием интернет-инфраструктуры России (Москва, Челябинск, Тула) и Израиля (Эйлат и Иерусалим).

Технологии, использованные в ходе эксперимента

Начнем с перечисления форм дистанционного обучения, которые были использованы в ходе эксперимента. Их можно разделить на три группы: формы организации учебного процесса, формы контроля за самостоятельной работой студентов и формы проведения занятий.

В первую группу вошли такие технические решения, как групповые рассылки на базе сервиса Google Groups, Twitter, а также сайты наиболее известных социальных сетей: Вконтакте (чаще)², Facebook (реже)³. В силу особенностей социально-демографических характеристик аудитории этих площадок есть основания предполагать, что если бы эксперимент проводился с участием студентов старших курсов или слушателей программ профессиональной переподготовки, а также студентов, получающих второе высшее образование, все было бы наоборот.

Вторую группу составили сервисы из пакета Google Docs, предназначенные для групповой работы с текстовыми документами,

² Социально-демографические характеристики аудитории социальной сети «Вконтакте». Режим доступа: <http://netchart.ru/pdf/vkontakte.ru>

³ Социально-демографические характеристики аудитории социальной сети «Facebook». Режим доступа: <http://netchart.ru/pdf/facebook.com>

таблицами и классическими презентациями. Кроме того использовались сервисы SlideShare.Net (для публикации классических презентаций в формате .ppt) и Prezi.Com (для построения и публикации спайдеграм⁴).

Третья группа была представлена всего двумя техническими решениями: интернет-коммуникатором Skype⁵ и платформой для проведения онлайн-конференций Adobe Connect⁶. Последняя особенно удобна для преподавания журналистских дисциплин⁷.

Каким же образом применялись перечисленные формы, технологии дистанционного обучения? Рассмотрим в порядке упоминания.

Рассылки, сайты социальных сетей и сервис микроблогов Twitter использовались, главным образом, для согласования со студентами графика занятий, а также для оперативного информирования учащихся о внезапных изменениях в нем (касающихся места или времени проведения очередного занятия). В том числе — о переносе занятия в полностью виртуальную «аудиторию». Кроме того, *сайты социальных сетей* использовались как каналы обратной связи, по которым студенты могли задать вопросы (в том числе с помощью мобильных устройств), касающиеся пройденной темы, формулировки домашнего задания, и *получить на них (это очень важно!) оперативные ответы.*

На методах использования инструментов второй группы (сервисы из пакета Google Docs, предназначенные для групповой работы с текстовыми документами, таблицами и классическими презентациями. Кроме того использовались сервисы SlideShare.Net (для публикации классических презентаций в формате .ppt) и Prezi.Com (для построения и публикации спайдеграм) остановимся подробнее.

Начнем с того, что *такая форма самостоятельной работы студентов, как подготовка классического реферата в современных технологических условиях, представляется безнадежно устаревшей. Как минимум по двум причинам:*

1) работа с источниками, их поиск и отбор цитат производится в Интернете с использованием соответствующих общедоступных инструментов. Поскольку моторика действий претерпела существенные изменения, не следует рассчитывать на то, что процесс копирования и последующей компиляции скопированных фраг-

⁴ Определение понятия «спайдеграмма». Режим доступа: <http://www.informationamers.com/WikIT/index.php?title=Spidergrams>

⁵ Информация об интернет-коммуникаторе Skype. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Skype>

⁶ Официальный сайт платформы Adobe Connect. Режим доступа: <http://www.adobe-connect.ru/>

⁷ Презентация, посвященная использованию Adobe Connect в преподавании журналистских дисциплин. Режим доступа: <http://www.slideshare.net/stechkin/adobeconnect>

ментов будет сопровождаться сколь бы то ни было глубокой рефлексией;

2) обилие готовых и легкодоступных рефератов не мотивирует студентов на самостоятельное выполнение работы данного вида. В лучшем случае несколько рефератов перерабатываются в новое произведение. При этом самостоятельная работа студента из осмысленной деятельности превращается в механически исполняемый ритуал.

Нам представляется порочной идея усиления контроля за оригинальностью студенческих работ (например, повсеместное внедрение в вузах системы «Антиплагиат» или ее аналогов), поскольку логика развития информационно-коммуникационных технологий диктует подобный образ действий, причем не только в студенческой среде.

Следует предложить учащимся задания, провоцирующие технологически актуальные формы реферативной работы. Такие, например, как создание коллекций аннотированных ссылок на базе сервисов социальных закладок, типа Delicious.Com, или создание презентаций на заданную тему.

Перечисленные выше виды работ будут способствовать формированию навыков, востребованных за пределами учебного процесса, в отличие от традиционного реферирования источников — последнее легко выполняется скриптами, как на порталах общего доступа, так и в составе коммерческих продуктов: Integrum⁸, SCAN⁹, Медиалогия¹⁰ и др. (примеры взяты из журналистской деятельности, что в данном случае оправданно, так как автор рассказывает об эксперименте, проведенном на факультете журналистики). Это настолько очевидно, что не вызывает вопросов у студентов. С другой стороны, они смогут избежать соблазна воспользоваться плодами труда предшественников: презентации искать сложнее, чем рефераты. И «подделать» авторство не слишком просто. А такая форма работы, как создание тематических коллекций ссылок, пока не стала традиционной в российской системе образования.

Тем не менее навык работы с академическими источниками у студентов должен быть сформирован (в идеале — до того, как они станут студентами). Для этого слушателям подготовительных курсов был предложен такой метод работы, как коллективное ведение медиасловаря. Этот метод позволяет не только формировать навыки

⁸ Официальный сайт базы данных «Интегрум». Режим доступа: <http://www.integrum.ru/>

⁹ Официальный сайт системы комплексного анализа новостей. Режим доступа: <http://scan-interfax.ru/>

¹⁰ Официальный сайт базы данных «Медиалогия». Режим доступа: <http://www.mlg.ru/>

отбора и обработки источников информации, но также решает задачу расширения словарного запаса учащихся и дает преподавателю возможность контролировать медиапотребление учащихся, давать своевременные советы в этой области подготовки. *Задание простое:* еженедельно учащиеся должны опубликовать в общем документе по три слова, которые они встретили в СМИ и значения которых не знали. Нужно также указать источник слова. Дать определение. Указать источник определения. Например:

06.10.11 г.

1. *Ликвидность* (<http://www.vz.ru/news/2011/10/5/527788.html>) (от лат. liquidus — жидкий, текучий), мобильность активов предприятий, фирм или банков, обеспечивающая своевременную оплату их обязательств. (СЭС)

2. *Нелегитимный* (<http://echo.msk.ru/programs/personalno/817311-echo/#video>) передача “Особое мнение”, гость Валерия Новодворская) от легитимность (лат. legitimus — законный, правомерный) — степень соответствия политической власти ценностным представлением индивидов, социальных групп, общества; убежденность населения в необходимости подчинения власти (<http://politike.ru/dictionary/866/word/legitimnost>).

3. “*Гимнюк*” (<http://echo.msk.ru/programs/personalno/817311-echo/#video>) передача “Особое мнение”, гость Валерия Новодворская) — прозвище С.В. Михалкова, данное ему за заслуги перед “Отечественными” в написании слов к гимнам СССР и РФ (<http://ru.wikipedia.org>).

Словарь ведется учащимися и проверяется преподавателем с использованием возможностей сервиса Google Docs. Подобным образом может вестись работа над курсовыми и дипломными проектами. Обращаю ваше внимание на то, что Google Docs¹¹ позволяет нескольким пользователям одновременно работать с документом, при этом вносимые изменения и комментарии отображаются в режиме реального времени.

В свою очередь работа над презентациями вынуждает студентов структурировать и визуализировать учебный материал, а факт публикации работы для всеобщего обозрения стимулирует чувство ответственности, что сказывается на качестве работы.

Рассмотрим теперь третью группу сервисов. И в случае использования Skype, и при работе в Adobe Connect или Webex преподаватель представляется студентам как «говорящая голова». А то и просто как голос, если ширина канала не позволяет транслировать видео. Но если для занятия по Skype отсутствие «картинки» является существенной проблемой (в чем мы убедимся, разбирая отзывы учащихся), то в вебинарах изображение ментора нередко умыш-

¹¹ Официальный сайт сервисов Google Docs. Режим доступа: <http://bit.ly/y8Bozd>

ленно отключается, чтобы внимание студентов не рассеивалось между презентацией, чатом, текстовыми комментариями, виртуальной доской и «головой профессора».

Для полноценной скайп-конференции необходим компьютер, подключенный к надежному высокоскоростному интернет-каналу (как у преподавателя, так и в аудитории), веб-камера (на обоих концах «телемоста»), микрофон и динамик (преподавателю достаточно обычной гарнитуры, а в аудитории желательно иметь колонки и мобильный микрофон). Также аудитория должна быть оборудована проектором и проекционным экраном. Методическое занятие, проводимое через Skype, похоже на обычное аудиторное занятие, с той разницей, что использование современных ИКТ в учебном процессе стимулирует дополнительный интерес учащихся и повышает престиж как преподавателя, так и вуза в целом.

Работа на платформе Adobe Connect имеет особенности, о которых следует сказать подробнее. Вот лишь некоторые из ее возможностей: демонстрация презентации и других мультимедийных объектов; виртуальная доска; текстовые заметки; демонстрация своего «рабочего стола»; чат (публичный и приватный); возможность присвоения участникам вебинара различных статусов («докладчик», «организатор») с соответствующими полномочиями (например, обратная связь голосом, трансляция своего видео, манипуляции рабочим пространством виртуального кабинета). Вообще методы использования Adobe Connect в преподавании журналистских дисциплин заслуживают быть описанными в отдельной статье.

Обратная связь

В рамках описываемого эксперимента по использованию различных технологий дистанционного обучения студентам и слушателям подготовительных курсов было предложено написать критические отзывы о полученном опыте. Приведем выдержки из ответов, фокусируясь на недостатках:

Подготовительный курсы. Респондент № 1.

Мне повезло пару раз побывать на уроке, который проводила именно преподавательская говорящая голова. <...> Качество интернет-связи должно быть настолько хорошее, чтобы дать возможность «говорящей голове» не застывать каждые десять минут из-за технических сбоев <...> Необходимо наличие должного оборудования, как то: хорошие аудиокolonки <...>, мощный микрофон для осуществления обратной связи <...>, веб-камера <...>; если воспринимающая аудитория обширна, непременно следует использовать проектор для перенесения «говорящей головы» на большой экран <...> Небольшое неудобство также заключается в том, что веб-камеру,

закрепленную на компьютере в аудитории, придется беспрестанно поворачивать, чтобы преподаватель мог обозреть всех присутствующих. Дистанционное обучение должно проводить только в случае крайней необходимости. Поскольку общение посредством <...> машины не сможет заменить живого общения между преподавателем и студентами.

Обобщим ответы респондента № 1:

Плюсы:

1. Несмотря на технические сложности, поставленные преподавателем учебные цели могут быть достигнуты в ходе дистанционного занятия.

2. Обратная связь возможна даже при минимальном техническом оснащении аудитории.

Минусы:

1. Зависимость от каналов связи передающей и принимающей сторон.

2. Неизбежные сегодня технические сбои отвлекают от восприятия учебного материала.

3. Недостаточная материально-техническая база учебного заведения.

4. Учащиеся испытывают эмоциональный дискомфорт при отсутствии «контакта глаз» с преподавателем.

5. Использование технического посредника воспринимается студентами как вынужденная мера, энергетически неполноценное занятие.

Итак, минусов с точки зрения первого респондента из слушателей подготовительных курсов существенно больше. Справедливости ради отметим несколько особенностей данной формы дистанционного обучения, которые могли ускользнуть от внимания автора отзыва (хотя сам факт, что они ускользнули, дает пищу для размышлений). Ситуация, в которой преподаватель является аудитории как «виртуальный персонаж», вводит в сценарий занятия игровой сюжет, усиливает ответственность учащегося за решение учебной задачи, акцентирует процесс совместного добывания знаний. Возникающие технические сложности и их преодоление — это своего рода компьютерная игра. Например, отсутствие переносного микрофона делает учащегося, сидящего рядом со стационарным передатчиком звука, посредником между группой и преподавателем. Выполнение этой задачи позволяет подспудно формировать навыки, необходимые для реализации будущим журналистом такой значимой и «спросовой» социальной роли, как модератор/фасилитатор. Понятно, что эта методическая находка стала следствием реализации принципа «голь на выдумки хитра», но мы не исклю-

чаем, что в некоторых случаях может быть даже целесообразно специально имитировать технические сложности. И уж точно наличие такого рода проблем не должно останавливать преподавателей от проведения экспериментов в области дистанционного образования.

Следующий респондент (Подготовительные курсы. Респондент № 2) предпослал своему отзыву эпиграф из сказки А. Волкова «Волшебник изумрудного города»:

«...На этом троне лежала огромная живая голова, одна голова, без туловища... Голова имела настолько внушительный вид, что Элли обомлела от страха...»

Далее автор рецензии на дистанционное занятие пишет:

«...Когда удается на себе почувствовать подобное “большое маленькое чудо”, становится и жутко, и весело одновременно <...> Преподаватель на огромном расстоянии от ученика может <...>, как в аудитории, проверить домашнее задание, дать новый материал, короче говоря, провести полноценное занятие. Об экономии времени и сил говорить просто смешно. Плюс ко всему подобное общение — большой опыт и практика для будущего студента журфака, так как видеоконференции не только не отменяются, но и закрепляются в журналистской деятельности <...> А что если вообще перейти на подобный формат обучения? Сидишь дома, сам в халате и тапочках, попил чаю, включил компьютер и в нужное время появилась “говорящая голова” преподавателя и занимайся: внимай, запоминай нужную тебе информацию, одним словом, учись на здоровье. Существует, правда, <...> несколько весомых (лично для меня) аргументов “против”. Начну с банальных проблем с сетью <...> Очень уж трудно восстановить внимание, отвлекшись на технические неполадки. <...> Удовольствие от присутствия живого человека стирается, есть только возможность видеть движущийся образ. <...> Ощущение “неживого взгляда” напрягает».

Структурируем ответ.

Плюсы:

1. Несмотря на технические сложности, поставленные преподавателем учебные цели могут быть достигнуты.
2. Эффект новизны формы работает на эффективное решение учебных задач.
3. Форма занятия вызывает ассоциации с практикой журналистской работы («прямые включения»), что полезно для будущих медиапрофессионалов.
4. Экономия времени.

Минусы:

1. Потеря внимания в результате технических сбоев.

2. Эмоциональный дискомфорт от «неживого взгляда» и замены живого преподавателя в аудитории «подвижной аватарой» последнего.

В данном случае респондент отметил больше положительных моментов, связанных с практикой дистанционного обучения. Однако совпадает с первым автором в декларации энергетической неполноценности дистанционного занятия, дискомфорта от «неживого взгляда». Ну и, конечно, несовершенство каналов связи не ускользнуло от внимания рецензента.

Подготовительные курсы. Респондент № 3.

«...Все проходило точно так же, как и в классе. Сначала мы разбирали слова, найденные в СМИ за прошедшую неделю (см. ведение медиа словаря) и <...> смотрели, куда может нас завести новое слово. Но тут самому находчивому, мне, на глаза попались смайлики, и я отправила один, потом еще один, и еще... На что я услышала: “Ну все! Хватит баловаться со смайликами! А кстати, вы знаете как правильно они называются?” <...> Точнее всех была Ани — эмотиконны. По этой теме мы получили интересное задание: дома придумать из значков на клавиатуре изображения различных необычных эмоций людей <...> На следующей неделе <...> урок прошел более тревожно из-за сбоев с интернетом, нам несколько раз приходилось отключаться и перезванивать <...> В целом осталось приятное ощущение от двух так необычно проведенных уроков. Но мне больше нравится, когда учитель стоит передо мной, я вижу его целиком: его глаза и жесты. И когда он не “зависает” каждые двадцать минут. Все же мне кажется, что это неплохой опыт, ведь в будущем, возможно, мы сможем учиться именно так. Несмотря на некие минусы, занятия в таком режиме проходят очень продуктивно, а главное — можно учиться не выходя из дома».

В этом отзыве также отмечаются технические проблемы и эмоциональный дискомфорт. Но впервые эмоциональный комфорт противопоставляется эффективности занятия. Иными словами, автор почувствовал, что потенциал передачи информации в таком формате очень высок, а вот развлекательный момент, вызывающий эмоциональный подъем, инструментально менее доступен преподавателю. Таким образом, при высокой мотивации учащегося, при наличии установки на данного преподавателя как на источник информации, а не на «шоумена», рецензент признает дистанционные занятия вполне эффективными.

* * *

Обратимся теперь к отзывам студентов первого курса, согласившихся принять участие в эксперименте:

Первый курс. Респондент № 1.

«Перспектива ведения семинаров по Skype интересна, спору нет. Занятие подобного типа, увиденное впервые, пробуждает у студентов интерес к уроку необычной методой преподавания. А уж если это позволяет сохранить готовую сорвать пару, то полезность такого метода сложно переоценить <...> Skype позволяет “присутствовать” на уроке заболевшему ученику или читать лекцию студентам, находящимся за много километров от преподавателя. Времени это экономит немало. Всем. <...> Да и особо застенчивым студентам, возможно, воспринимать информацию, наблюдая грозного лектора лишь на экране, будет немного проще <...> А вот за эмоциональных экстравертов здесь поручится не можем. Больно уж сознательным должен быть ученик, чтобы, не попав в поле зрения веб-камеры <...> спокойно досидеть до конца семинара...»

Замечу, что специалисты в области дистанционного обучения, в частности Елена Тихомирова, говорят о том, что эта форма действительно требует очень высокой *мотивации* учащегося. Это слово возникает в ответах уже второй раз.

«Надо признаться, чисто школярский соблазн “слинять” вне зависимости от того, интересна ли тебе тема урока или нет, очень велик <...> Уровень авторитета преподавателя, рискнувшего провести урок онлайн, в студенческой среде должен быть немаленьким <...> Ну не получается проникнуться должным трепетом перед преподавателем, то и дело “зависающим” на экране! Не доросли еще, наверное».

Итак, плюсы:

1. Эффект новизны формы.
2. Возможность сохранить без изменений расписание даже в случае форс-мажора и с учетом требований академической мобильности (как со стороны преподавателя, так и со стороны студентов).
3. Снижение эмоционального накала (хорошо для застенчивых и плохо для открытых студентов).

Минусы:

1. Необходимость высокой мотивации и наличия установки учащихся на данного преподавателя.
2. Технологические сложности.

В данном отзыве поднимаются две существенные проблемы:

1. Наличие установки у данной группы студентов на данного преподавателя.
2. Высказывается *предположение о влиянии возраста учащихся на эффективность процесса дистанционного обучения*. Действительно резонно допустить, что с возрастом, во-первых, визуализация источника информации начинает играть меньшую роль, а во-вторых,

возрастает уровень мотивации на получение специальных знаний, повышающих эффективность профессиональной деятельности.

Эти рассуждения позволяют сформулировать гипотезу о том, что интеграция элементов дистанционного обучения целесообразна на старших курсах в рамках изучения предметов, формирующих у студентов знания, умения и навыки ведения современной высоко-технологичной опосредованной коммуникации.

Первый курс. Респондент № 2.

«Возможности скайпа спасают в форс-мажорных ситуациях и позволяют провести мероприятие даже при нахождении ведущего конференции далеко от места ее проведения без существенных потерь для результата работы. На этом, мне кажется, достоинства видеоконференций заканчиваются. Сбои в связи прерывают ход конференции, из-за низкого качества звука трудно расслышать, что говорит ведущий конференции. К тому же, чтобы установилась живая и активная коммуникация, необходимо присутствие живого человека...»

Плюсы:

1. Возможность сохранить учебный график без изменений.
2. Несмотря на технические сложности, поставленные преподавателем учебные цели могут быть достигнуты.

Минусы:

1. Технические проблемы (слабые каналы связи).
2. Проблемы материально-технического оснащения учебного процесса (плохая слышимость в аудитории).
3. Эмоциональный дискомфорт, ощущение «неживого» общения.

Первый курс. Респондент № 3.

«В мозгах студентов часто не укладывается одна мысль. Мысль эта — преподаватель тоже человек. Имеем в виду: преподаватель тоже умеет застревать в лифтах, ломать ноги и ездить в командировки. Только вот незадача — у преподавателя еще есть студенты, и студентов надо учить. И вот тогда, если преподаватель сломал ногу (застрял в лифте, уехал в командировку), на помощь приходит Skype — программа, обеспечивающая голосовую связь через интернет <...> Для экстренного проведения встречи через Skype нужно-то — интернет и колонки с микрофоном у каждой стороны диалога. И еще желательно по веб-камере, чтобы незаметные слушатели в лучшем случае не начали зевать, не имея возможности видеть преподавателя, в худшем ненароком не разбежались. Вроде бы нужно не так много — а даже с этим бывают перебои: и связь не всегда работает, и веб-камеры под рукой может не быть, и колонки бывают такие, что по три раза каждое слово приходится переспрашивать... По сути вся проблема именно в сохранении внимания — ну как тут сосредото-

читься, когда половину занятия идут попытки настроить связь, и преподаватель регулярно пропадает с экрана? Да и сама мысль о том, что преподаватель теперь существует в виде мутной горстки пикселей, тоже не располагает к занятиям <...> Живое общение, как известно, куда лучше виртуального. Особенно если это касается образования».

Плюс: возможность сохранения учебного графика.

Минусы:

1. Технические проблемы (слабые каналы связи).
2. Проблемы материально-технического оснащения учебного процесса (плохая слышимость в аудитории).
3. Эмоциональный дискомфорт, ощущение «неживого» общения.
4. Проблема мотивации студентов и их установки на преподавателя.

Результаты эксперимента и законотворчество в РФ

Пока готовилась эта статья, стало известно, что государственная дума РФ «уравняла в правах» дистанционное и очное образование¹². С одной стороны — это не более чем декларация свершившегося факта: сегодня, в том числе и в сегменте журналистского образования, существуют организации, предлагающие услуги дистанционного обучения (например, Институт современной журналистики, созданный в Университете истории культур). С другой — это решение может служить примером победы концепции технологического детерминизма — подхода, на опасность которого мы уже обращали внимание ранее¹³.

Заключение

В данной статье мы рассмотрели предпосылки создания альтернативной ценностной парадигмы в журналистике, основой которой станет интерактивность. Медиапрактика «митингующей России» последних месяцев наглядно демонстрирует потребность СМИ в специалистах по эффективному взаимодействию с аудиторией, владеющих современными инструментами, представляющими социальную природу процесса интеракции, умеющими «настроить» диалог, сформулировать правила общения, которые были бы равно обязательными для выполнения как представителями аудитории, так и сотрудниками СМИ. Печальный опыт телеканала НТВ наглядно продемонстрировал опасность, которую таит в себе приверженность к анахроничным методам работы с аудиторией

¹² Подробнее см.: http://www.ria.ru/edu_news/20120214/565742286.html

¹³ Подробнее см.: http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1226/8183_89a6.pdf

(«вертикальная коммуникация»). Необходимость слушать, чтобы быть услышанными — реальность сегодняшней работы журналиста с активной аудиторией.

Формирование этой ценностной парадигмы нужно начинать в процессе профессионального образования журналистов. При этом можно использовать интерес к новым технологиям в качестве дополнительного мотиватора. Но следует учитывать возрастные особенности учащихся. Использовать инструменты из арсенала дистанционного образования можно на любом этапе профессиональной подготовки, но увеличивать их объем и значение в учебном процессе следует на старших курсах, учитывая формирующуюся профессиональную ориентацию студентов, уменьшающую роль личности преподавателя по сравнению с передаваемой информацией и растущую мотивацию на успех в профессии.

Список литературы

Дрок Н. Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании // Медиаскоп. 2011. Вып. 3.

Стечкин И.В. Учимся слышать // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Материалы конференции. Казань: КГУ, 2006.

McQuail D. Mass Communication Theory, 5th edition. Sage Publications, 2008.

Stechkin I. Interaction in Media — The Way to Protect the Reality // Proceedings of the IADIS International Conferences ICT, Society and Human Beings, 2011.

Поступила в редакцию
01.03.2012

В.М. Хруль, кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова;
e-mail: amen@mail.ru

МЕДИАТИЗАЦИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ ЦЕННОСТЕЙ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ДИАЛОГА В РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Рассматривая логические и функциональные аспекты динамической системы «плюрализм — диалог — консенсус» в публичной сфере и роль российской журналистики в содействии диалогу, автор обращается к особенностям медиатизации религиозных ценностей и анализирует роль журналистов в этом процессе. Рассматривая судьбу инициативы Русской православной церкви о публичном обсуждении национальной системы ценностей, которая была игнорирована журналистским сообществом, автор приходит к выводу о дисфункциях журналистики в поддержании ценностного диалога в обществе.

Ключевые слова: журналистская культура, плюрализм, консенсус, диалог, религия.

Author analyses logic and functional aspects of the «pluralism — dialogue — consensus» dynamic system in the public sphere and the role of journalists in the promotion of public debate. The paper is focused on the mediatization of religious values and the role of journalists in the process. The journalists' ignorance of the religious initiative to discuss basic national values indicates the dysfunction in dialogue management in Russia and corruption of local journalistic culture.

Key words: journalistic culture, pluralism, consensus, dialogue, religion.

Аксиологический консенсус, понимаемый как согласие по поводу базовых ценностей, некоторые философы и социологи считают необходимым условием для общественного порядка и стабильности в демократическом обществе [Dryzek, Niemeyer, 2006, p. 634—649; Galston, 2002]. Общественный организм сохраняет свою стабильность прежде всего в ценностном согласии, консенсусе по поводу основных аксиом социального взаимодействия.

Ценностный консенсус может быть описан как результат взаимодействия, определенная фаза диалогических социальных интеракций различных мнений, позиций, взглядов и убеждений [Elster, 1998, p. 97—122].

Отправной точкой на пути к свободному консенсусу и его необходимой предпосылкой является плюрализм, подразумевающий возможность реального существования и выражения свободного мнения. Однако плюрализм — это необходимое, но не достаточное условие для достижения консенсуса. Необходима еще одна крити-

чески важная предпосылка — возможность и реальное наличие развитого и сбалансированного общественного диалога, который приводит к общему согласию о ценностях и который невозможно себе помыслить без процессов медиатизации ценностей, без участия СМИ.

Плюрализм и консенсус — это два «столпа» динамического равновесия социума. С одной стороны, плюрализм без горизонтальных связей в обществе и диалога приводит к «атомизации». С другой — авторитарные модели реализации единомыслия, исключаящие из пространства диалога общности, выражающие оппозиционные ценности, в лучшем случае лишь имитируют достижение консенсуса.

Ю. Хабермас рассматривает консенсус как идеал общественного договора: «Демократический принцип гласит, что только те законы могут претендовать на легитимность, которые принимаются с согласия всех граждан в дискурсивном законотворческом процессе» [Habermas, 1996, p. 110].

Другие ученые рассматривают консенсус как *modus vivendi* для конфликтующих ценностей, как «минимальное условие общественного порядка», предотвращающее «центробежные» тенденции [Galston, 2002, p. 65—78]. По данным австралийских социальных философов Дрижека и Нимайера, решения «являются демократически законными в той степени, что они строятся на свободном и аргументированном консенсусе» [Dryzek, Niemeyer, 2006, p. 648].

Аксиологический консенсус предполагает признание ценностных различий и таким образом облегчает совместный поиск взаимоприемлемых решений общих проблем. На практике ценностное согласие особенно актуально в тех ситуациях, когда в обществе существуют глубокие различия в идентичности и ценностно-нормативных моделях, как в современной России.

Логические и процессуальные аспекты функционирования системы «плюрализм — диалог — консенсус» (иными словами — аспекты медиатизации ценностного плюрализма) в российском обществе, на наш взгляд, имеют очевидное проблемное поле прежде всего в области организации и поддержки общественного диалога. Наблюдается и эмпирически фиксируется плюрализм, более или менее развитый в зависимости от конкретного предметного ряда. Однако плюрализм без качественного и сбалансированного диалога не может привести к консенсусу. Поэтому российское массовое сознание — это скорее набор «атомизированных» мнений, само формирование которых без диалога проблематично и подвержено манипулятивным технологиям, а не устойчивая динамическая система. Формирование «лояльных» власти ценностно-нормативных платформ, имитирующих общественное согласие, на самом деле можно описать как искусственный процесс, как «квази-консен-

сус», поскольку в нем нет необходимого для вызревания согласия «фермента диалога».

И это представляется серьезной проблемой для российской журналистики как социального института, который функционально призван к организации, поддержке и развитию общественного диалога для достижения согласия по базовым ценностям в социуме. Без культуры диалога журналистская культура оказывается функционально неполной и несбалансированной.

Современное состояние культуры диалога в российской журналистике можно рассмотреть на примере медиатизации религиозных ценностей.

Особенности медиатизации религии

Для того, чтобы выяснить, какое влияние религия оказывает на журналистскую культуру в России и насколько серьезно практикующие журналисты воспринимают необходимость медиатизации религиозных ценностей, представляется целесообразным обратиться к международному опыту.

Ответ на вопрос «Почему датские журналисты опубликовали карикатуры о пророке Мухаммаде и почему они защищали свое право на свободное выражение по религиозным вопросам» кажется естественным — они считают себя вправе критиковать любую религию, и датская аудитория поддерживает эту позицию. Но карикатурный скандал в Дании и — шире — в Европе, разразившийся пять лет назад, стал характерным примером влияния религии (в данном случае — ислама) на журналистскую культуру. Журналисты стали более осторожными в своих публикациях с учетом возможных последствий для верующих — не только мусульман, но и христиан, иудеев и др.

О термине «медиатизация», который становится все более популярным в социальных и гуманитарных науках, нам уже доводилось писать применительно к религии и религиозным ценностям [Хруль 2012а, 2012б]. В 2008 году С. Хьярвард обосновал важность изучения отношений религии и СМИ в контексте медиатизации тремя аргументами: 1) СМИ для большинства людей стали первичным источником информации в процессе формирования религиозных представлений и убеждений; 2) СМИ функционально стали замещать и вытеснять религию, «перехватывая» ее функции; 3) логика СМИ стала все чаще и активнее использоваться религиозными организациями [Hjarvard, 2008, p. 12].

Таким образом, в процессе медиатизации СМИ становятся главным субъектом, влияющим на формирование представления о религии и религиозных ценностях в публичной сфере.

Однако результаты уже проведенных исследований в этой области, обнаруживших существенные дисфункции СМИ, оказывают минимальное воздействие на информационную политику и журналистскую культуру.

В частности, в сводном отчете по исследованию «Религия в информационном поле российских СМИ», проведенном на факультете журналистики МГУ в сентябре—ноябре 2001 года [Религия, 2002], содержатся интересные выводы, которые могли бы стать как минимум предметом осмысления в контексте формирования культуры журналистики.

К примеру, исследователи обнаружили, что в светских СМИ, как правило, отсутствует экспертный анализ современной религиозной ситуации, чрезмерно преувеличивается зависимость религии от политики, а светская пресса в большинстве случаев искажает картину религиозной жизни страны.

По данным исследования, в массовой прессе наблюдается смещение в сторону доминирующей религии — православия — и недостаточное присутствие в информационном поле других религиозных образований. Это статистически объяснимое явление обнажает скорее количественный, нежели качественный подход российских СМИ к освещению религиозной жизни.

Что касается собственно СМИ религиозных организаций, в частности так называемой «конфессиональной прессы», то исследование обнаружило в большинстве случаев ее низкий профессиональный уровень, трудный для понимания стиль подачи материалов, склонность к «консервативности» форматов и «монотонности» жанровых структур, а также некомпетентность учредителей и издателей — религиозных организаций в использовании СМИ для распространения своего вероучения и привлечения адептов.

В исследовании были также отмечены тенденциозность в освещении религиозной жизни значительной части светских изданий, низкий профессиональный уровень и необъективность, предвзятость журналистов, а также зависимость светской прессы от политических предпочтений.

Отношение к религии и особенностям ее медиатизации вызывают дискуссии и в журналистской среде. Религия не всегда «укладывается» в медийные форматы, ее освещение требует особых подходов. Чтобы понять, как современные СМИ освещают религиозную тему, и определить возможные пути разрешения накопившихся противоречий, была создана книга «Религия в современной информационной политике» [Щипков, 2005]¹. Обозреватель Филипп

¹ Цит. по: http://www.religare.ru/25_4.html (последующие цитаты из интервью журналистов взяты из этого же источника).

Щипков собрал в ней интервью двадцати ведущих журналистов, которые занимаются религиозной тематикой и формируют общественное мнение.

Религиозные ценности глазами журналистов

Отвечая на вопрос о том, как СМИ должны освещать религиозную тему, журналист телеканала «Россия» Аркадий Мамонтов отметил, что к освещению религиозной темы в СМИ журналисты должны подходить с максимальной долей уважения: «Не навреди — самый главный принцип в работе журналиста». По мнению Мамонтова, даже в критическом материале не должно быть «недостойных выпадов» в сторону Церкви. Несколько отличается позиция главного редактора журнала «Russia Profile» Андрея Золотова, который полагает, что к религиозной теме журналисты должны подходить так же, как и к любой другой — объективно, разносторонне, достоверно, но при этом необходимо особым образом принимать во внимание опасность задеть религиозные чувства аудитории: «Я не думаю, что в обращении с религиозной темой должны использоваться какие-то особые правила, за исключением повышенной доли уважения к религиозным чувствам людей». Эту позицию во многом разделяет главный редактор журнала «Огонек» Виктор Лошак: «В своей журналистской практике я сталкивался с тем, что журналисты допускают возмутительные ошибки, которые потом смущают людей верующих и девальвируют собственно сами публикации».

Принцип объективности лежит и в основе позиции корреспондента программы новостей REN-TV Александра Мостославского. Он полагает, что подавать столь важную для общества тему нужно аккуратно и деликатно, а потому старается отразить все события, происходящие в духовной жизни общества. Журналист должен стремиться показать все религии и тенденции современности. При этом представлять информацию нужно «равноудаленно», объективно, без лишних комментариев. Александр Мостославский считает, что читатель сам должен сделать для себя все необходимые выводы из прочитанной публикации.

Эту точку зрения разделяет сотрудник газеты «Московский Комсомолец» Сергей Бычков. По его мнению, освещение религиозной темы также должно быть объективным и опираться на факты, которые нужно тщательно проверять. «В первую очередь, мы отслеживаем фактическую достоверность. Каждый раз, когда мы печатаем какую-то информацию, сообщение, новость или статью, мы, естественно, предполагаем, что против нас могут быть выдвинуты судебные иски» — сказал в своем интервью Сергей Бычков.

Светлана Солодовник назвала работу над религиозной темой «тяжелой и трудоемкой» и отметила, что область религии сама по себе является чрезвычайно сложной для понимания, а потому журналист должен прикладывать максимум усилий, чтобы сделать ее доступнее. «Пытаешься писать так, чтобы было максимально понятно, где здесь нерв и в чем, собственно, состоит проблема» — высказывается об этом Светлана Александровна.

Иначе на проблему освещения религиозной темы в светских СМИ смотрит Александр Архангельский. По его мнению, упрощение языка, на котором СМИ говорит о религии, может привести к искажению глубокого смысла освещаемой темы.

Редактор службы новостей телеканала REN-TV Кирилл Михайлов заявил в интервью, что Церковь в существующих на сегодняшний день условиях не должна стремиться занять в СМИ значимое место. По мнению Кирилла Михайлова, современные СМИ и православие — явления не совместимые, принадлежащие двум разным плоскостям. Михайлов перечисляет также основные проблемы, с которыми сталкивается религиозная тема в сегодняшних СМИ. Во-первых, подход к ее освещению зачастую однобокий. Во-вторых, на сегодняшний день, к сожалению, не найден язык, на котором церковь смогла бы говорить как с верующими, так и с далекими от религии людьми. Если будет найден способ, как решить все эти проблемы, религиозная тема сможет обрести свое, очень важное место в средствах массовой информации.

О сложности религиозной темы говорил Орхан Джемаль из «Новой газеты». Главный редактор газеты «Мирская жизнь» Евгений Стрельчик позиционировал ее как своеобразный «камертон» для других светских изданий, пишущих о религии. По его мнению, журналист, пишущий о религии, должен свободно ориентироваться в этой теме, легко оперировать историческими фактами.

Ведущий информационно-политической передачи «Однако» на первом канале Михаил Леонтьев подчеркнул, что «православного» телевидения в России не может быть до тех пор, пока эта культура не станет доминантной, а на сегодняшний день в стране ровно столько «православных» передач, сколько может принять потребитель.

Василий Антипов, который занимается на телевидении программой об исламе, не будучи при этом мусульманином, считает, что именно это помогает ему сделать программу профессиональнее и объективнее.

27 сентября 2007 года в Санкт-Петербургском госуниверситете в рамках международной научной конференции был организован круглый стол на тему «Роль СМИ в публичном признании религиозного многообразия».

Организаторы конференции пригласили ученых и журналистов, чтобы обсудить фактическую роль СМИ в развитии межконфессиональных и религиозно-общественных отношений в современной России.

Представитель Русской Православной Церкви, сотрудник Всемирного Совета Церквей и директор Православного института межконфессиональных отношений, экуменизма и новых религиозных движений протоиерей Владимир Федоров предположил, что ситуация с освещением религиозных вопросов в современных российских СМИ свидетельствует о религиозном невежестве во всем российском обществе. По его мнению, для того, чтобы действительно решить проблему, необходимо всерьез повысить уровень знаний россиян о религии. Заниматься этим, по мнению отца Владимира, могут и сами СМИ, а работать же над повышением квалификации журналистов должны университеты.

На необходимости корректного освещения религиозной жизни указывала также в конце 90-х годов прошлого века Судебная палата по информационным спорам при Президенте Российской Федерации. В частности, в решении от 12 февраля 1998 года говорится: «...Любые публикации, касающиеся деятельности религиозных организаций, должны быть основаны на проверенной, достоверной информации, выдержаны в деликатной форме, осторожны в выражениях и характеристиках верующих людей» [Прикладная конфликтология, 2006. с. 67].

Тем не менее, судя по реальной практике журналистикой деятельности, по обнаруживаемым в ней дисфункциям, эти увещевания для многих СМИ остаются не услышанными или малозначительными.

Конфликт форматов или трудности перевода?

По результатам наших исследований, проведенных в последние годы, противоречия в основном расположены не между религиозными нормативными моделями и этическими стандартами журналистики, но между религиозным пониманием того, что журналисты должны делать и что они делают в реальной практике.

Дисфункции на практике приводят к резкой критике российских СМИ и журналистов со стороны религиозных деятелей и простых верующих.

Основные причины этого — извинительные для российской журналистики невежество в религиозных вопросах после десятилетий систематической атеизации и слабая артикулированность религиозных концептов в публичной сфере и в общественном мнении (низкий уровень осведомленности об особенностях веро-

учений и практик христианских, мусульманских, еврейских и других исповеданий существенным образом отличается от ситуации в западных странах, где — при заметной секуляризации — остается распознаваемым базовый христианский культурный код, в России с трудом восстанавливаемый).

Следует признать, что свою лепту в поддержание журналистской неосведомленности вносят и сами религиозные организации, которые с трудом переходят к информационной прозрачности от конспиративной закрытости советских времен. Кроме того, до сих пор остается труднопреодолимой проблема перевода не только слов, но и концепций и нормативных моделей с церковного языка на светской, общепонятный.

Нацеленность на кропотливую работу со светским журналистским корпусом демонстрирует в последние годы Синодальный информационный отдел Русской Православной Церкви. В рамках мониторинга СМИ он создал «коллектор ошибок».

«Основная задача коллектора — непрерывный сбор типичных, самых распространенных ошибок, которые допускают СМИ при освещении православной тематики. При помощи данного инструмента Синодальный информационный отдел планирует выработать единые общецерковные стандарты употребления в СМИ православной, церковной, богословской терминологии», — заявили инициаторы проекта².

Они открыли специальный почтовый ящик, куда каждый может прислать любую лексическую, смысловую, стилистическую и иную ошибку в любом СМИ, а также неточность или небрежность в освещении деятельности РПЦ и православия в целом.

По словам советника председателя Синодального информационного отдела РПЦ Е. Жосул, журналисты нередко путают «пустынь» (уединенный монастырь) с «пустыней», а «кадило» с «люстрой», называют священников «святыми отцами», не знают, что такое «притвор» (пристройка перед входом в храм)³.

После систематизации ошибок (к каждой из них будет предложен рекомендуемый вариант использования того или иного церковного термина или выражения) будет издан реестр типичных ошибок СМИ в виде книги, которую Синодальный информационный отдел подарит всем журналистам, постоянно пишущим о православии.

² Синодальный информационный отдел создал коллектор ошибок СМИ, освещающих деятельность Православной Церкви // Официальный сайт Русской Православной Церкви. 11 августа 2011 года. Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1596277.html>

³ СМИ путают клириков со святыми, а кадило с люстрой — РПЦ // РИА Новости, 16 августа 2011 г. Режим доступа: <http://ria.ru/religion/20110816/418530537.html>

Инициатива «коллектора ошибок» перекликается с другой инициативой, реализованной за рубежом и также направленной на гармонизацию отношений религия-СМИ.

В контексте взаимодействия журналистов и религиозных организаций принципиально важно отметить, что инициатива по разработке словарей и «синхронизации» языков исходит преимущественно от последних. Российские католики еще в середине 1990-х годов несколькими изданиями выпустили в свет полезный для журналистов «Словарь литургических терминов» на русском языке [Словарь, 1997], их примеру последовали лютеране⁴.

Подобные примеры преодоления трудностей перевода известны и в зарубежной практике. В частности, в Италии в 2010 году издан небольшой «церковно-итальянский» словарь для журналистов. В предисловии к изданию корреспондент ведущего итальянского информационного агентства ANSA Габриэле Таккини признал, что большинство светских журналистов испытывает проблемы с интерпретацией лексики, которая бытует в церковной среде. Сам Таккини неоднократно обращался за разъяснениями к пресс-секретарю Миланской архиепархии священнику Давиду Милани. После очередного обращения, по словам журналиста, стороны пришли к мнению о том, что «пригодился бы специальный словарь для перевода с церковного итальянского на светский»⁵.

В освещении религиозной жизни последнюю границу, отмеряющую степень личной ответственности, проводит сам журналист с помощью своей совести. Правильный выбор помогут ему сделать в том числе и уроки правильного словоупотребления.

Можно предположить, что в российском контексте есть по крайней мере два объективных фактора для усиления влияния религиозных организаций на журналистику:

1) количественное увеличение религиозных общин и, соответственно, усиление их институционального влияния и 2) нарастающее воздействие религиозных ценностно-нормативных моделей на ткань общественных отношений и, как следствие, их влияние на публичную сферу и журналистику.

В поисках культуры диалога

Роль современной русской журналистики в формировании и поддержке диалога в публичной сфере по поводу религиозных (и не только религиозных) ценностей достаточно ярко характеризует ка-

⁴ Лютеранский словарь литургических терминов. Режим доступа: <http://pharisai.boom.ru/diction.htm>

⁵ Włochy: mały słownik „kościelno-włoski” dla dziennikarzy. Режим доступа: <http://system.ekai.pl/kair/Gabriele+Tacchini>

зус с инициативой Русской Православной Церкви, который стал своеобразной «лакмусовой бумажкой» для оценки общей ситуации.

25 января 2011 года РПЦ представила на обсуждение общественности документ «Вечные ценности — основа российской идентичности». По словам одного из соавторов текста, протоиерея Всеволода Чаплина, проект под названием «Национальная система ценностей» был разработан для того, чтобы «заполнить вакуум ценностей в обществе»⁶.

В представленном списке 8 ценностей ранжированы по степени важности, которые, по мнению представителей РПЦ, должны стать нравственной основой страны: справедливость, свобода, солидарность, соборность, самоограничение и жертвенность, патриотизм, человеческое благо и семейные ценности.

Как объяснил о. Всеволод Чаплин, справедливость подразумевает политическое равноправие, честность судов, ответственность руководителей, она реализуется через социальные гарантии, предполагает преодоление бедности и коррупции, а также предполагает достойное место для каждого человека в обществе. Свобода подразумевает свободу слова, вероисповедания, выбора места жительства и рода деятельности, а также независимость и самобытность российского народа. Солидарность, согласно мнению авторов документа, на индивидуальном уровне — способность разделить с другими людьми трудности или болезни, а на социальном — общенациональная сила, связывающая народ и обеспечивающая единство, целостность и жизнеспособность нации. Единство власти и общества в работе на благо страны и людей, гармоничное сочетание духовных и материальных интересов каждого человека и общества в целом названо в документе соборностью. Самоограничение и жертвенность противостоят эгоизму и потребительскому отношению к ближним, патриотизм — это вера в Россию, привязанность к родному краю, его культуре, готовность трудиться ради своей Родины. Представители РПЦ заявили, что ценность блага человека должна стать приоритетом социального развития, а семейные ценности предполагают культивирование любви, верности, заботы о детях и стариках.

Критерием отбора ценностей для авторов проекта стала их укорененность «в Божией правде и в том опыте жизни, который, несмотря на все консервации и модернизации, оставался для России константой»⁷.

⁶ РПЦ составила свод «вечных российских ценностей» // Московский комсомолец. 27.01.2011. Режим доступа: <http://www.mk.ru/politics/russia/article/2011/01/27/561124-rpts-sostavila-svod-quotvечnyih-rossiyskih-tsennoستeyquot.html>

⁷ Там же.

Проект был представлен на конференции «Национальная система ценностей как залог процветания России», прошедшей 25 января 2011 года в рамках Международных рождественских образовательных чтений. Протоиерей Всеволод Чаплин призвал политиков и широкие социальные слои обсудить этот документ в рамках публичной дискуссии, чтобы россияне смогли выразить свое отношение к ценностям.

Но этот призыв был практически проигнорирован российскими СМИ и поэтому стал незаметным в публичной сфере, поскольку он просто не был артикулирован. Более того, в первый же день документ удостоился едких комментариев журналистов, которые не сочли религиозную инициативу разговора о ценностях достойной внесения в общественную повестку дня.

Вот как это прокомментировала газета «Московский комсомолец»: «Инициативы представителей РПЦ уже не первый раз становятся предметом горячих обсуждений. Напомним, в начале прошлой недели Всеволод Чаплин предложил урегулировать внешний вид россиян путем введения общего для жителей страны дресс-кода. Уделив особенное внимание внешнему виду женщин, он вызвал негодование общественности. Возмущенные россияне уличили его в нарушении прав и свобод россиянок, закрепленных в Конституции»⁸. То есть раздражение журналиста предыдущей инициативой привело к игнорированию следующей, причем независимо от ее масштаба. Похожим образом отреагировала и «Независимая газета»⁹.

Описанный выше казус явно свидетельствует об отсутствии понимания необходимости общественного диалога и ответственности в профессиональной культуре российских журналистов. (Разумеется, при условии, что они вменяемы, то есть являются самостоятельными игроками в процессе сбора, производства и распространения информации. Если же уровень принятия решений лежит выше — то и ответственность за общественный диалог делегируется главным образом на этот уровень.)

Тем не менее, если журналистское сообщество России не будет стремиться к осознанию своей ключевой роли в организации диалога, необходимого для достижения ценностного согласия в обществе, то и сам аксиологический консенсус останется лишь мечтой теоретиков...

⁸ Там же.

⁹ Церковь и партия власти поработали над вечным. Концептуальный взгляд РПЦ на систему отечественных ценностей // Независимая газета, 27.01.2011. Режим доступа: http://www.ng.ru/politics/2011-01-27/1_rpc.html

Неожиданное послесловие

Когда статья была уже написана, вдруг в публичном пространстве возникла еще одна инициатива — инициатива проведения митинга «против всех митингов», с которой выступили журналисты. Этот казус стал еще одним индикатором степени зрелости журналистского сообщества — прежде всего в ракурсе его служения общественным интересам.

«Бесконечные митинги, прошедшие на улицах Москвы, привели еще к одному неожиданному эффекту. У журналистов центральных СМИ, три месяца гонявшихся по разным протестным площадкам, вдруг возникло отвращение к ним. Настолько стойкое, что труженики пера, микрофона и ноутбука выдвинули инициативу провести свой митинг — против всех митингов», — так преподнесла новость «Комсомольская правда».¹⁰

Озабоченные личными трудностями (главные лозунги инициативы — «Верните журналистов в семью!» и «Дайте хоть в выходные поспать!»), коллеги собственную усталость сочли достаточным основанием для протеста против митингов вообще. То обстоятельство, что инициаторам акции на митингах «уже несмешно и неинтересно», оказалось важнее, нежели необходимость просто исполнять профессиональный долг, обеспечивая общество необходимой информацией в рамках сложившегося разделения труда.

За несколько дней в созданную в социальной сети Facebook группу уставших от митингов записалось более ста журналистов. Далее возник вопрос «А кто же будет освещать этот митинг, если все будут на митинге?». Ответ на него возник немедленно: «Блогеры будут освещать. Вход сделаем строго по аккредитации, сделаем отдельный загончик для блогеров. Пусть прочувствуют».

Видимо, у журналистов вновь обострился «кризис субъектности»: общество их недооценивает, не понимает важности их миссии, не одаряет почестями свои «глаза и уши». Любопытно, что агрессия журналистов вылилась против общества, против свободы слова и собраний, а не против их хозяев и работодателей в рамках профсоюзных требований справедливой оплаты внеурочного и сверхконтрактного труда. Трудно себе представить, чтобы в странах со сложившейся журналистской культурой и журналистскими стандартами журналисты вышли на «митинг против митингов»...

Это отчетливо поняла и аудитория. В частности, читатели «Комсомольской правды» ответили на заметку о митинге «против всех митингов» резонными аргументами, для иллюстрации которых я

¹⁰ В Москве зреет митинг «против всех митингов» // Комсомольская правда, 13.03.2012. Режим доступа: <http://kp.ru/daily/25849/2819469/>

хотел бы привести три реплики (орфография и пунктуация сообщений сохранены):

«Смешно читать... журналистам надоело освещать события... куда там... а почему врачам не надоело лечить, учителям учить детей? Каждый должен трудиться на своем месте. А не можешь — уходи...».

«У нас. что оппозиционеры, что журналисты, какие-то обуржуазившиеся! Быстро устают, хотят комфорта!».

«Хочу напомнить недовольным одну песню “трое суток не спать, трое суток шагать, ради нескольких строчек в газете”! Не нравится работа? — идите в какую-нибудь контору, где можно сидеть с 9 до 18».

Казус с журналистской затеей провести митинг «против всех митингов» дает основания предполагать, что степень зрелости и культуры определенной части аудитории по некоторым параметрам заметно отличается от культуры журналистов, систематически уклоняющихся от своей прямой функции — содействия ценностному диалогу в обществе. И это предположение могло бы стать рабочей гипотезой интересного исследования, если среди усталых исследователей найдутся желающие за него взяться...

Список литературы

Прикладная конфликтология для журналистов. М.: Права человека, 2006.

Религия в информационном поле российских СМИ. М.: Ф-т журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. М., 2002.

Словарь литургических терминов. М., 1997.

Хруль В.М. Религия, массмедиа и представления о Боге в современной России. Lambert Academic Publishing, Saarbruken, 2012.

Хруль В.М. СМИ и религия: в поисках интегрального подхода // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012 (в печати).

Щунков Ф. Религия в современной информационной политике. М., 2005.

Dryzek J.S., Niemeyer S. Reconciling Pluralism and Consensus as Political Ideals // American Journal of Political Science. 2006. Vol. 50. N 3. July.

Elster J. Deliberation and Constitution Making // Elster J. (ed.) *Deliberative Democracy*. New York: Cambridge University Press, 1998.

Galston W.A. Liberal Pluralism: The Implications of Value Pluralism for Political Theory and Practice. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

Habermas J. Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy. Cambridge: MIT Press, 1996.

Hjarvard S. The Mediatisation of Religion: a Theory of the Media as Agents of Religious Change // Northern Lights. 2008. 6 (1).

Khroul V. Religion and Media in Russia: Functional and Ethical Perspectives. Lambert Academic Publishing. Saarbruken, 2012.

Поступила в редакцию
01.03.2012

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ

А.В. Бакунцев, кандидат филологических наук, доцент кафедры редакционно-издательского дела и информатики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: auctor@list.ru

ЛЕКЦИЯ И.А. БУНИНА «ВЕЛИКИЙ ДУРМАН» И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИТЕРАТУРНОЙ РЕПУТАЦИИ ПИСАТЕЛЯ

Автор статьи рассматривает лекцию И.А. Бунина «Великий дурман» (1919) как фактор, существенно повлиявший на формирование послереволюционной литературной репутации писателя. Если до Октября 1917 года Бунин считался в России второстепенным, хотя и весьма талантливым беллетристом, то в эмиграции он воспринимался уже как «живой классик», мэтр. По мнению автора статьи, начало этому «превращению» было положено в Одессе в годы Гражданской войны, когда Бунин впервые определенно и во всеулышание заявил о себе как писатель-патриот и убежденный противник «великой русской революции».

Ключевые слова: И.А. Бунин, лекция, «Великий дурман», литературная репутация, революция.

The author of the article considers I.A. Bunin's lecture "Great intoxication" (1919) as a factor which influenced the post-revolutionary literary reputation of this writer. Before the October revolution Bunin was considered a second-rate tough rather talented belletrist but he was perceived as "a live classic", the master in emigration. In our opinion the beginning of this "transformation" started in Odessa during Civil war when for the first time Bunin declared himself as writer-patriot and a determined opponent of "the great Russian revolution".

Key words: I.A. Bunin, the lecture, "Great intoxication", the literary reputation, the Revolution.

«Великий дурман» — по существу, единичный случай обращения И. А. Бунина к столь не характерному для него жанру лекции [Подробнее: Бакунцев, 2012, с. 101—112]. Ни до, ни после «Великого дурмана» Бунин лекций как таковых никогда не читал. Правда, в 1914 году газеты сообщали о его намерении «написать лекцию о русских писателях последних дней» и выступить с ней «перед публикой»¹. Однако замысел этот вопло-

¹ <Б. н. >. У И.А. Бунина: Беседа // Московская газета. 1914. 21 апр. № 310. С. 6. Цит. по: «Литература последних годов — не прогрессивное, а регрессивное явление во всех отношениях...»: Иван Бунин в русской периодической печати (1902—1917) / Предисл., подгот. текста и примеч. Д. Риникера // И.А. Бунин: Новые материалы / Сост., ред. О. Коростелев и Р. Дэвис. М., 2004. Вып. I. С. 553. Бунинская лекция «о русских писателях последних дней» должна была стать частью организованного Российской академией наук цикла публичных лекций о русской литературе. Предполагалось, что, помимо Бунина, читать будут также академики Д.Н. Овсяннико-Куликовский, А.Н. Веселовский и Н.А. Котляревский (см.: там же).

щен не был². А в эмиграции и вовсе желания становиться лектором у писателя не возникало. Даже на нобелевских торжествах, которые, помимо церемонии награждения, всевозможных банкетов, визитов, экскурсий и т.п., предполагали также выступления лауреатов с публичными лекциями, Бунин ухитрился уклониться от исполнения этой почетной обязанности. Его краткую речь, произнесенную на банкете после получения премии, Шведская академия «зачла» ему за такую обязательную нобелевскую лекцию³.

Впрочем, если верить интервью, которое еще в 1916 году Бунин дал петроградской газете «Биржевые ведомости», то писатель *в принципе* не любил выступать перед публикой. Интервьюеру он сказал: «Я, признаться, не особенный поклонник всяких выступлений с эстрады вообще, и когда мне приходится лично читать на вечерах, то я смотрю на это, как на весьма неприятное положение. Ведь публика ждет так называемых “высоких” слов, декламации, а все это мне чуждо, и мне кажется, что я не умею устанавливать связи между собою, как чтецом, и публикой. В интимном кругу друзей я читаю с удовольствием, но выступать вообще, на эстраде, не люблю...»⁴.

Насчет «связи между собою, как чтецом, и публикой» Бунин, конечно, скромничал: русская публика, как дореволюционная, так и эмигрантская, очень высоко оценивала его исполнительское мастерство. Так, по свидетельству газеты «Русское слово», творческий вечер Бунина, состоявшийся 8 декабря 1915 года в Московском Политехническом музее, «прошел в сплошных аплодисментах

² Как предполагает Д. Риникер, Бунин «решил вместо публичной лекции написать статью о современной литературе, которую обещал в 1915 г. Горькому для публикации в журнале “Современник”» (там же. С. 553—554). Однако такая статья тоже не была написана. Судя по ее черновым наброскам, она повторяла некоторые положения знаменитой бунинской речи на юбилее «Русских ведомостей» и одновременно предвосхищала ряд тезисов «Великого дурмана»: «Оторванность от жизни, незнание ее, книжность, литературщина — гибель от нее: Бальмонт, Брюсов, Иванов, Горький, Андреев. И это “новая” литература, “добыча золотого руна”! Кописты, архивариусы! Подражание друг другу да что же! Так легче писать!...» (там же. С. 554).

³ См.: *Троцкий И.* Что рассказывают о своих сыновьях матери ученых — Нобелевских лауреатов (От специального корреспондента «Сегодня») // *Сегодня* (Рига). 1933. 17 дек. № 348. С. 2. Речь была произнесена по-французски. Ее дословный перевод в те же дни напечатала газета «Сегодня» (см.: *Троцкий И.* «Кто я такой? — Изгнанник, пользующийся гостеприимством Франции», — заявил И.А. Бунин в своей речи в Шведской академии // *Сегодня* (Рига). 1933. 11 дек. № 342. С. 1). Оригинальный русский текст речи и ее перевод на французский язык даны в бунинском очерке «Нобелевские дни», который впервые был опубликован (под заглавием «Записи») в еженедельнике «Иллюстрированная Россия» (1936. 7 марта. № 11. С. 2—3; 4 апр. № 15. С. 1—2, 4).

⁴ *Фрид С. И.А.* Бунин о новой литературе // *Биржевые ведомости* (Петроград). 1916. 14 апр. № 15498. Вечерний выпуск. Цит. по: *Литературное наследство. М., 1973. Т. 84. Иван Бунин. Кн. 1. С. 380.*

и овациях... Публика как бы спешила воспользоваться публичным выступлением писателя, чтобы ярче, полнее и теплее выразить ему свою благодарность и симпатии...»⁵. Примерно так же о бунинских творческих вечерах отзывалась «контрреволюционная» печать Одессы, а затем и Русского зарубежья.

В любом случае, что бы ни говорил Бунин о своем отношении к необходимости «лично читать на вечерах», ему, так же как множеству других русских литераторов, приходилось это делать довольно часто — причем и до революции, и в годы Гражданской войны, и в эмиграции. Ведь публичное чтение собственных произведений не только способствовало росту писательской известности, но и приносило дополнительный заработок. Однако своим «Великим дурманом» Бунин, очевидно, преследовал совсем иные цели. Какие же именно?

С одной стороны, в самом обращении к жанру лекции — с ее сугубо монологической формой изложения материала, с ее более или менее явно выраженной дидактичностью и соответственно с ее возможностями целенаправленного интеллектуального и эмоционального воздействия на аудиторию — легко усмотреть (вслед за швейцарским исследователем Д. Риникером) стремление Бунина создать себе «определенную литературную репутацию»⁶.

Многое и в тексте «Великого дурмана», и в отзывах о нем одесских журналистов как будто говорит в пользу этой гипотезы. Так, от рецензентов не ускользнул своеобразный бунинский «я-центризм», который выражался как в принципиально субъективном, «пристрастном» взгляде писателя на «великую русскую революцию», так и в его настойчивом, насколько можно понять, подчеркивании собственной литературной и общественной значимости. Одних — как П. С. Юшкевича, сотрудника меньшевистских газет «Южный рабочий», «Грядущий день» и «Одесские новости», — этот «я-центризм» раздражал⁷, другим — как журналисту, краеведу, обще-

⁵ Цит. по: *Бабореко А.К.* Бунин: Жизнеописание. М., 2004. С. 218.

⁶ «Литература последних годов — не прогрессивное, а регрессивное явление во всех отношениях...»: Иван Бунин в русской периодической печати (1902—1917). С. 453.

⁷ «Если поверить академику Бунину, — писал П. С. Юшкевич в газете “Грядущий день”, — то все случившееся за последние два года произошло потому, что русское общество недостаточно прислушивалось к голосу автора “Деревни”. <...> “Я не злорадствую”, — скромно заявил поэт. “Но я должен и буду говорить жестокие слова”... “Я буду упрямо твердить”... “Я, я, я”... Ущемленный какими-то неизвестными фармацевтами еще много лет назад и заговоривший вдруг тоном пророка Бунин действительно “упрямо твердил” о своем знании народа, как единственно правильном... Бунин действительно “рек” — в стихах и прозе — очень много ценного, — хотя, разумеется, было бы лучше, если бы он предоставил об этом говорить другим, а не распространялся так много на эту тему сам» (*Юшкевич П.* Революция перед судом художника (Из лекции Бунина) // *Грядущий день* (Одесса). 1919. 23 сент. № 4. С. 3).

ственным деятелю А.М. де Рибасу — казался вполне оправданным⁸. Однако даже жена Бунина была не вполне «удовлетворена» лекцией, и смущал в ней Веру Николаевну именно избыток «личного»⁹.

Несомненно, подобное бунинское «яканье», причем не только в «Великом дурмане», но и в других как устных, так и печатных выступлениях писателя, носило вполне осознанный характер. В ноябре 1919 года, отвечая на нападки социалистических и близких им по духу изданий — «Южного рабочего», «Одесских новостей», «Современного слова», — Бунин прямо писал, что в своей деятельности публициста он руководствуется следующим принципом: «Вот что чувствую и думаю лично я и в данный момент»¹⁰. При этом он открыто причислял себя к категории «людей, все-таки не совсем рядовых»¹¹ и даже более того — именовал себя (как, например, в статье «Не могу говорить», написанной за пять месяцев до «Великого дурмана») «Божиею милостью не последним сыном своей родины»¹².

Между тем в формировании определенного общественного мнения о Бунине как о крупном писателе, патриоте участвовала и одесская пресса — больше всего, конечно, «Южное слово». Например, в отчете о концерте одесского отделения Освага (Отдела пропаганды при Добровольческой армии), который состоялся 30 августа (12 сентября) 1919 года и на котором Бунин прочел некое «слово к моменту»¹³, газета назвала его «нашим славным современником» и без тени иронии повторила его же самохарактеристику из статьи «Не могу говорить», приведенную выше¹⁴. А в рецензии на «Великий

⁸ «Русский народ, — писал в “Одесском листке” А.М. де Рибас, — разнуданный и зазнавшийся, показал всем свое настоящее, звериное, лицо и стал зверски расправляться со своими же освободителями. Это *надо* было предвидеть. И Бунин это предвидел. Едва ли не он один из всех русских писателей. <...> Что собственно хотел доказать Бунин? Что если бы послушались его, то в России не произошло бы революции? Но ведь он сам признается, что и он, вместе с другими, в распутинское время жаждал революции! <...> Значительность лекции Бунина не в силе ее логических построений. Она вся целиком — в личности лектора» (*Рибас де А. Фельетон. О второй лекции Бунина // Одесский листок. 1919. 25 сент. (8 окт.). № 127. С. 4.*)

⁹ См. ее дневниковую запись от 24 сентября (7 октября) 1919 г.: «...с некоторыми мелочами я не согласна. Мне хотелось бы, чтобы было меньше личного» (*Устами Буниных: Дневники И.А. и В.Н. Буниных и другие архивные материалы: В 2 т. / Под ред. М. Грин; предисл. Ю. Мальцева. М., 2004. Т. 1. С. 259.*)

¹⁰ *Бунин Ив. Заметки // Южное слово. Одесса, 1919. 12 (25) нояб. № 71. С. 1.* Курсив И.А. Бунина.

¹¹ Там же.

¹² *Бунин Ив. Не могу говорить // Наше слово (Одесса). 1919. 20 марта (2 апр.). № 1. С. 3.*

¹³ Которое всего, это была статья «Не могу говорить».

¹⁴ См.: *Яне<арск>ий А. Концерт Отдела пропаганды // Южное слово (Одесса). 1919. 1 (14) сент. № 6. С. 4.*

дурман» было сказано, что в этой лекции «И.А. Бунин вновь вырастает во весь свой исполинский рост великого художника слова»¹⁵.

Нельзя сказать, что все эти усилия были вполне успешными: травля, развернутая левой периодикой в отношении Бунина осенью 1919 года в ответ на ряд его публицистических «Заметок» в «Южном слове»¹⁶, свидетельствует о том, что общественный авторитет писателя был признан далеко не сразу и далеко не в полной мере. Тем не менее устные и печатные выступления самого Бунина, а также публикации его апологетов в «Южном слове» и других периодических изданиях Одессы сыграли заметную роль в формировании нового, более благоприятного отношения к писателю со стороны сначала одесской, а затем и эмигрантской общественности. Так что в конечном счете прежний «подмаксимок», беллетрист и поэт якобы второго плана, заслоненный в глазах дореволюционной публики фигурами М. Горького, Л. Андреева, А. Блока, сделался почти безоговорочным литературным лидером и корифеем, «живым классиком», «писателем земли русской», если и не равным Л. Толстому и А. Чехову, то во всяком случае стоящим с ними в одном ряду. И едва ли не главную роль в этом «превращении» сыграл именно «Великий дурман».

Вместе с тем сводить весь смысл тогдашней деятельности Бунина исключительно к созданию «определенной литературной ре-

¹⁵ *Иванов А.* Великий дурман // Там же. 10 (23) сент. № 15. С. 3.

¹⁶ Например, 13 (26) ноября 1919 года меньшевистские «Одесские новости» в рубрике «Газетный день» писали: «Весь нахохлившись от высокомерия, с улыбкой презрения на устах, Ив. Бунин говорит о себе великие вещи в маленьких “Заметках”. “Знаю, что не подобает мне связываться с базаром. В Одессе после моей лекции о русской революции, после двух, трех моих статей в газете, начали дерзить мне”. Несмотря на “*crimen laesae majestatis*” [лат. — преступление, заключающееся в оскорблении величества], августейший писатель удостаивает “базар” кратковременной беседы на тему о том, “что чувствую и думаю лично я в данный момент, я, Ив. Бунин, я, я, я...” А вот что: “Я не правый и не левый, я был, емь и буду непреклонным врагом всего глупого, отрешенного от жизни, злого, лживого, бесчестного, вредного, откуда бы оно ни исходило”. Господи, Ты создал человека по образу и подобию своему. “Я был, — в силу того, что прежде верил в людей немного больше, чем теперь, — приверженцем республик, теперь же стал несколько сомневаться в них, — не делайте, пожалуйста, страшных глаз на меня, не запугаете”. Во все не страшные, а большие глаза. Как! Значит и Вы, Ваше Величество, оставляете “непреклонным врагом всего глупого”, попивали республиканское вино? Теперь вы прозрели. Теперь вы уверены, “что из русского ‘народовластия’ выйдет опять гнуснейшая и кровавейшая чепуха, — видели мы и видим это ‘народовластие’, показало оно себя!” Что же прикажете делать? Кому присягать? На кого молиться? Забудьте на минуту о себе, о Бунине, и подумайте о России. Скромно, без ссылок на “людей, все-таки не совсем рядовых”, разберитесь, посоветуйте, помогите. Не зажимайте нос, когда проходите мимо народа. С ним ведь жить придется! Вы “не русофоб, не германофоб, не англофоб, не румынофоб и не юдофоб, хотя...” Все это очень хорошо. Но вы слишком больной бунинофил. Это плохо!.. Особенно, когда, проливая слезы над Россией, вы все время озабочены мыслью, к лицу ли вам глубокий траур...» (<Б. н.> Маленький человек в большом писателе // Одесские новости. 1919. 13 (26) нояб. № 11058. С. 1.)

путации» — это значит ставить под сомнение искренность его чувств и недооценивать глубину той нравственной драмы, которую писатель действительно пережил в годы революции и Гражданской войны. То, о чем Бунин говорил в своей лекции, было для него не абстракцией, не игрой ума: крушение российской государственности, сопровождавшееся потерей прежних ценностных ориентиров, он воспринимал как личную утрату. К тому же очередная «русская смута» коснулась и его лично. «Экссессы» революции писателю довелось испытать на себе и в Плотове, и в Москве, и в Одессе. И ему не раз грозила реальная опасность.

Особенно тяжелое воспоминание оставили по себе неполные пять месяцев (с апреля по август 1919 года) большевистского владычества в «южной Пальмире». О том, что писателю пришлось пережить за это время, рассказано не только в «Окаянных днях» и дневнике В.Н. Муромцевой-Буниной, но и в бунинских письмах родным и близким¹⁷.

Так, доктору И.С. Назарову В.Н. Муромцева-Бунина писала 29 сентября (12 октября) 1919 года: «Физически нам приходилось страдать только от недоедания, так как у нас прислуга оставалась все время, и сами мы воды не носили и жили барами. Морально же пришлось пострадать порядочно, так как у большевиков не было ничего святого и ко всему они прикладывали свои не совсем чистые руки. Особенно было тяжело от половины мая до середины июля, когда, с одной стороны, с каждым днем все ухудшались и ухудшались условия жизни... а с другой, начался настоящий террор: хватали и как контрреволюционеров и как заложников. <...> Ивана Алексеевича немного потравили в газетах¹⁸, затем ходили

¹⁷ См.: *Бунин И.А.* Письма 1905—1919 годов / Под общ. ред. О. Н. Михайлова. М., 2007. С. 408—409; Бунины и М.А. Волошин: письма 1919 года / Публ. Ж. Шерона // И. А. Бунин: Новые материалы / Сост. О. Коростелев и Р. Дэвис. М., 2010. Вып. II. С. 505—506; Письма В. Н. Муромцевой-Буниной / Публ. М. Грин // Новый журнал (Нью-Йорк). 1977. Кн. 128. С. 127—139.

¹⁸ 12 (25) апреля 1919 года Муромцева-Бунина записала в дневнике: «Яна стали травить в “Известиях”. Пишут, между прочим, что “нижняя часть его лица похожа на гоголевский сочельник”. Что это значит, мы так и не поняли. Перелистала даже Гоголя, но и он не помог» (Устами Буниных. Т. I. С. 200). Ср. с записью от 24 апреля 1919 года в «Окаянных днях»: «В “Известиях” обо мне уже писали: “Давно пора обратить внимание на этого академика с лицом гоголевского сочельника, вспомнить, как он воспевал приход в Одессу французов!”» (*Бунин И.А.* Окаянные дни. М., 1990. С. 85—86). Бунины имели в виду «Воспоминания» какого-то Александра Ф. (возможно, секретаря Одесского исполкома, анархиста А. Фельдмана), напечатанные 20 апреля 1919 года в одесских «Известиях». В этих «Воспоминаниях» есть такие строки: «...в воображении выплывают знакомые образы, и нет к ним прежней злобы, а жалостно улыбаться заставляет то существо, звание которому — многоречивый российский интеллигент. Маячат две фигуры — академик Бунин и социал-демократ Коробков. Вспоминается праздничный номер “Одесского листка” с приветствием “Добро пожаловать, дорогие гости!” и тут же послание пламенного

слуши, что его возьмут в заложники¹⁹, но, к счастью, этого не случилось. А то недели три неприятно бывало по вечерам. Мы вообще счастливо отделились»²⁰.

Эти пять месяцев «под серпом и молотом» окончательно убедили Бунина в его полной несовместимости с «рабоче-крестьянской властью». Вероятно, именно они и «подказали» ему замысел будущей лекции, материал для которой постепенно накапливался в его дневнике в предшествующие годы. Сама же лекция стала своего рода «криком души» писателя, который, по его же собственному выражению из давнего, 1916 года, интервью «Биржевым ведомостям», оказался «насыщенным страшными впечатлениями» и захотел «рассказать их»²¹.

В этом смысле «Великий дурман», несомненно, предварил «Окаянные дни», в основе которых, как нам представляется, помимо собственно дневниковых записей писателя лежит и текст его одесской лекции.

Список литературы

Бакунцев А.В. Лекция И.А. Бунина «Великий дурман» в отзывах одесской прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2012. № 1.

Поступила в редакцию
27.02.2012

поэта-патриота к варягу, заканчивающееся призывом: “Смири скота, низвергни демагога!” <...> Рисуется такая картина. Пустынный Николаевский бульвар... По холодным аллеям невравстенично порхает птичья фигура академика. Ему холодно; определенная часть лица давно уже превратилась в гоголевский “сочельник”, но он не уходит, положение поэта обяывает, он ждет вдохновенья и первого крейсера» (Ф.А. Воспоминания // Известия Одесского совета рабочих и солдатских депутатов. 1919. 20 апр. № 18. С. 2).

¹⁹ Для Бунина, чьи антисоветские воззрения были известны всей Одессе, это было бы равнозначно верной смерти. Попади он в чекистский застенок, его, несомненно, подвергли бы там издевательствам, истязаниям и в конечном счете «размену», как в Одессе цинично называли расстрел. От всего этого писателя спасала только «охранная грамота», добытая для него художником П.А. Нилусом в первые недели большевистского владычества в Одессе. Тем не менее абсолютной неприкосновенности Бунину не мог гарантировать даже этот документ. О произволе и зверствах одесской ЧК в отношении «буржуев» и «контрреволюционеров» в апреле—августе 1919 г. см.: *Авербух Н.И.* Одесская «чрезвычайка»: Большевистский застенок (Факты и наблюдения). Кишинев, 1920; *Мельгунов С.П.* Красный террор в России (1918—1923). Чекистский Олимп / Предисл. Ю.Н. Емельянова. 2-е изд., доп. М., 2008; Красный террор в годы Гражданской войны: По материалам Особой следственной комиссии по расследованию злодеяний большевиков / Под ред. Ю. Фельштинского и Г. Чернявского. М., 2004; Красный террор глазами очевидцев / Сост., предисл., примеч. С.В. Волкова. М., 2010. С. 93—172; Устами Бунинных. Т. 1. С. 214—250 и др.

²⁰ Цит. по: *Бунин И.А.* Письма 1905—1919 годов. С. 409.

²¹ *Фрид С. И.А.* Бунин о новой литературе... Цит. по: Литературное наследство. Т. 84. Кн. 1. С. 379.

Т.В. Гордиенко, кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры связей с общественностью Российский государственный университет туризма и сервиса (РГУТиС); e-mail: tamara_gordienko@mail.ru

Ю.А. БУНИН И МОСКОВСКИЙ ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК ВОСПИТАНИЯ»

В предлагаемой статье на основе архивных материалов, которые впервые вводятся в научный оборот, рассматривается журналистская деятельность Ю.А. Бунина (1857—1921). Исследователи творчества И.А. Бунина (1870—1953), писателя и поэта, первым из России удостоенного Нобелевской премии по литературе, неоднократно писали о той роли, которую Юлий сыграл в судьбе младшего брата, почти всецело сложившегося под его воспитательным воздействием. К сожалению, нет ни одной работы, посвященной творчеству самого Юлия, который был известным журналистом. Его публикации конца XIX — начала XX века не включались ни в один сборник, хотя представляют значительный интерес. Нет ни одной статьи о его работе в журнале «Вестник воспитания», который он редактировал с 1897 года до закрытия журнала в 1917 году.

Ключевые слова: дореволюционная журналистика, педагогика, «Вестник воспитания».

Researchers of I.A. Bunin's (1857—1921) creative work as a writer and a poet, who was the first Russian to be awarded Nobel Prize in Literature, read repeatedly about the role of Juliy in his younger brother's life. Juliy had great educational influence on his brother and basically brought him up. Unfortunately there are no articles on Juliy's work. He was a well-known journalist. His articles, published in various newspapers and magazines late in XIX — early in XX century, were not included in any collections of works, even though they are of considerable interest to readers. There are no articles about his work in the manazine "Educator's Bulletin", which he edited from 1897 till its closing in 1917.

Key words: pre-revolutionary journalism, pedagogics, "Educator's Bulletin".

В статье, посвященной редакторской и издательской деятельности журналиста и просветителя XVIII века Н.И. Новикова, К.М. Накорякова приводит такой факт. «Свои произведения, публикуемые в журналах, Новиков не подписывал. Он обосновал это теоретически и этически в журнале “Утренний свет”: “Тот, кто других перед собою не уважает, должен непременно сделаться известным; но что до нас касается, мы никогда публике себя не объявляем”. Автор, по мнению Новикова, обязан исполнять свой долг не во имя похвал или удовлетворения честолюбия. “Писатель, удовлетворенный исполнением своего долга, не станет называть своего имени читателю”, — считал он, и само слово “Автор” писал с большой буквы» [Накорякова, 2004, с. 98].

Теми ли принципами руководствовался журналист XX века Ю.А. Бунин, неизвестно, но действия его были такими же. В автобиографических заметках он не раз писал, что многое в газетах и журналах публиковал без подписи, поэтому собрать его журналистское наследие в полном объеме — задача не из легких. Подписанные им статьи печатались в журналах «Вестник воспитания», «Журналист», «Путь», в газете «Заря»; по этим текстам можно составить представление о творческой манере, о жанрах, но этих текстов не так много. Между тем среди изданий, в которых он печатался, Ю. Бунин называл «Русскую мысль», «Северное сияние», «Наш журнал», одесскую газету «Южное обозрение» и другие. В фонде Юлия Бунина в РГАЛИ, в архиве Орловского объединенного государственного литературного музея И.С. Тургенева хранятся десятки автографов черновых набросков его статей: о состоянии газетно-журнального дела в дореволюционной России, о народном образовании, о культуре. Они свидетельствуют о широте его интересов, о разнообразии тематики, но, очевидно, многие из этих работ так и не увидели свет. Возможно, с этим и связано то, что журналистская деятельность Ю. Бунина почти не исследована.

В диссертации, посвященной журналу «Вестник воспитания»¹, З.А. Полуяктова отметила, что ею обнаружена о Ю.А. Бунине «только одна более или менее значительная статья», в книге С.Я. Елпатьевского «Воспоминания за 50 лет» [Полуяхтова, 1967, с. 122²]. Обратившись к архивам, она установила многие факты биографии Ю.А. Бунина, дала оценку его редакторской деятельности в журнале, составила список статей за его подписью, опубликованных в «Вестнике», и также подчеркнула, что многое он печатал здесь без подписи, но установить его авторство в статьях, публиковавшихся анонимно, ей не удалось.

Время от времени о Юлии Бунине появлялись публикации, в основном статьи. Историки (И.П. Белоконский, Ш.М. Левин, Е.Р. Ольховский и др.) обращались к его революционной деятельности, так как Юлий был видным представителем народнического движения 70-х гг. Исследователи творчества И.А. Бунина и его биографы (А.К. Бабореко, В.А. Власов, Н. Кучеровский, Е.Г. Аркатова) писали о влиянии, которое старший брат, учитель, наставник и друг оказывал на Ивана в детстве, заменив ему не только гимназию, но и университет. Интересные воспоминания о Юлии оставили его современники: В.Н. Муромцева-Бунина («Беседы с памятью» и «Жизнь Бунина»), Н.Д. Телешов («Записки писателя»), Б.К. Зайцев (очерк «Юлий Бунин»). Все авторы в той или иной мере

¹ Елпатьевский С. Я. Воспоминания за 50 лет. Л., 1929.

² Автор рассматривает 150 номеров, вышедших в 1990—1907 гг.

касаются его творчества, но пока нет ни одной работы, посвященной специально журналистской деятельности.

Старший сын Людмилы Александровны и Алексея Николаевича Буниных Юлий большую часть своей жизни посвятил журналистике, хотя близкие считали, что у него совсем другое призвание. В 1877 году, окончив с золотой медалью 1-ю Воронежскую гимназию (родители специально на несколько лет уезжали в город, чтобы дать детям образование), он поступил на физико-математический факультет Московского университета. Ему прочили научную карьеру, но еще в гимназии он увлекся революционными идеями, вошел в круг народовольцев, позже стал активным деятелем группы «Черный передел», за что уже в студенческие годы подвергался гонениям властей. Ссылки, аресты, тюрьма, исключение из университета с правом восстановиться лишь через год — все это не способствовало успехам на научном поприще. Получив диплом кандидата математических наук, он решил продолжить образование на юридическом факультете, который пришлось заканчивать в Харькове. В годы учебы проявился интерес к статистике, и вскоре он начал работать статистиком там же, в Харькове. Через год переехал в Полтаву, где несколько лет заведовал земским статистическим бюро и был инициатором многих культурных акций, таких, как организация народных чтений, открытие библиотеки, Общества содействия физическому развитию детей и других. В эти же годы начал печататься в местных газетах.

В.Н. Муромцева—Бунина писала в своих заметках о Юлии, что «он обладал необыкновенно правильным литературным чутьем. Сам никогда ничего не писавший из художественных вещей, он превосходно разбирался во всех вопросах, касавшихся сферы этого творчества»³.

Свой литературный дар Юлий реализовал в журналистике. Он входил в состав редколлегии газеты «Полтавские губернские ведомости»⁴, «совместно с некоторыми товарищами писал разные статьи, в том числе часто передовицы»⁵. В Полтаве Ю.А. вместе с С.Н. Комецким и Н.Т. Кулябко-Корецким основал при сельскохозяйственном обществе газету «Хуторянин»⁶, которая имела большой успех. Читатели писали письма, благодарили, получали советы специалистов по интересующим их вопросам. О нем как о журна-

³ Устами Буниных: Дневники Ивана Алексеевича и Веры Николаевны и другие архивные материалы / Под ред. М. Грин. В 2 т. Т. 1. М.: Посев, 2004. С. 55.

⁴ «Полтавские губернские ведомости» — ежедневная газета (Полтава, 1838—1917).

⁵ Бунин Ю.А. Из жизни провинции в 90-х годах // НИОР РГБ. Ф. 612. К. 1. Ед. хр. 1.

⁶ «Хуторянин» — еженедельная газета Полтавского сельскохозяйственного общества (Полтава, 1896-1916).

листе тепло отзывались все, кто его знал: В.Н. Муромцева-Бунина, Н.Д. Телешов, И.А. Белоусов, Н.Ф. Михайлов и другие.

Первое публицистическое произведение «Несколько слов о прошлом русского социализма и о задачах интеллигенции», вышедшее отдельной брошюрой в харьковской подпольной типографии, он подписал псевдонимом «Алексеев». Позже подтвердил свое авторство двух документов, нелегально распространявшихся: «Проекта организации народной партии» и «Программы действий кружка рабочих-народников»⁷. Он немало сил отдал народничеству. Многие идеи народников нашли отражение в его статьях московского периода, в том числе опубликованных в «Вестнике».

Ю.А. Бунин был прирожденным газетчиком, организатором газетно-журнального дела: печатался во многих провинциальных и столичных изданиях, но большая часть его жизни связана с московским журналом «Вестник воспитания» (1890—1918).

«Вестник воспитания», научно-популярный журнал для родителей и воспитателей, задумал и основал Егор Арсеньевич Покровский (1834—1895). Детский врач московской Софийской (ныне Филатовской) больницы, известный общественный деятель и благотворитель был убежден в необходимости такого издания, несмотря на то, что в те годы недостатка в прессе, посвященной воспитанию, не было.

Первая книжка «Вестника» вышла в январе 1890 года. Обращаясь к читателям и знакомя их со своей концепцией, Покровский писал, что, наблюдая за современной прессой, он пришел к выводу, что специальных педагогических и специальных медицинских изданий много, но впервые предлагается журнал, который будет строиться на взаимодействии педагогов и медиков. При этом, подчеркивал он, среди авторов, конечно, будут и специалисты по психологии, этике, эстетике, художественной литературе.

Новый журнал сразу взял высокую планку. Основной задачей редакция считала распространение среди российского общества передовых методов и приемов воспитания в семье и школе, в том числе и зарубежного опыта, причем непременно с учетом условий жизни и традиций русского народа.

С 1890 по 1901 год «Вестник воспитания» выходил восемь раз (кроме мая, июня, июля, августа) объемом в 11—15 печатных листов, с 1901 года объем достигал 20 п.л. Было несколько разделов. В первом печатались оригинальные и переводные статьи, второй был посвящен критике и библиографии, в третьем размещали рефераты и мелкие сообщения, четвертый и пятый соответственно

⁷ *Ольховский Е.П.* К истории «Черного передела» (1879—1881) // Общественное движение в пореформенной России. М., 1965. С. 176.

отводились хронике и журнальному обозрению педагогической литературы. Нумерация страниц в каждом разделе была своя. В каждом последнем номере года располагался систематический указатель статей за весь год, который состоял из двух частей: «Указателя по авторам» и «Указателя по предметам», что удобно для читателей и облегчает работу исследователей.

Стремясь сделать журнал «общепедагогическим изданием прогрессивного направления», редакция привлекала к сотрудничеству известных историков, философов, медиков, лингвистов, переводчиков, журналистов. Среди них В.М. Бехтерев, И.И. Мечников, А.Ф. Фортунатов, М.О. Гершензон, С.П. Мельгунов и многие другие. Одно время отделом литературной критики заведовал Н.К. Михайловский.

Журнал очень скоро приобрел репутацию серьезного издания, в котором широко освещались актуальные вопросы педагогики и воспитания. В 1895 году умер Покровский. В первое время несколько номеров вышло под патронатом его жены и дочери, а затем они обратились к Николаю Федоровичу Михайлову (1849—1921), который работал в журнале Покровского с самого первого номера, с просьбой взять на себя хлопоты по изданию «Вестника». Состоятельный человек из семьи фабрикантов-текстильщиков, он мог на свои средства содержать журнал и с 1895 года стал его издателем и редактором.

Ю.А. Бунин был известен в журналистских кругах, да и младший брат давно уже советовал ему перебраться в Москву или в Петербург и обсуждал в письмах имеющиеся возможности... «Неужели ты себя навек обрек в могилу, в Полтаву»⁸, — писал ему Иван, всячески поддерживая и укрепляя веру в необходимость перемены места жительства. Вскоре он был рад сообщить своему другу, поэту И.А. Белоусову, что Юлий переезжает в середине августа в Москву на службу, редактировать «Вестник воспитания»⁹.

По свидетельству В.Н. Муромцевой-Буниной, Юлия приглашали в Петербург на хорошую должность в министерство финансов, но по своим убеждениям он не хотел быть причастным к государственной службе¹⁰. Частный журнал его устраивал больше. К тому же «издатель Николай Федорович Михайлов предложил ему квартиру при редакции, полное содержание и какое-то ежемесячное вознаграждение. Юлию Алексеевичу, человеку, не приспособлен-

⁸Бунин И.А. Письма 1895—1904 годов / Под общей редакцией О.Н. Михайлова; Подготовка текстов и коммент. С.Н. Морозова, Л.Г. Голубевой, И.А. Костомаровой. Письма № 267, 269. М.: ИМЛИ РАН, 2003. С. 238, 239.

⁹ Там же. Письмо № 270. С. 240.

¹⁰ Муромцева В.Н. Жизнь Бунина. Беседы с памятью. М: Советский писатель. 1989. С. 152.

ному к жизни, подобные условия подошли, он был освобожден от всяких хозяйственных забот».

В августе 1897 года Юлий Алексеевич поселился в Москве во флигеле особняка Михайлова, находящегося там же, где и редакция, в Староконюшенном переулке, 32, и полностью отдался журнальной и редакционной работе. Подводя итог полтавскому периоду, записал в «Воспоминаниях»: «Если взять в целом прожитые мною в Полтаве восемь лет с их напряженной трудовой жизнью как в сфере моих профессиональных занятий, так и в области различного рода общественных начинаний, то я должен признать это время за один из наиболее интересных и плодотворных периодов моей жизни»¹¹. Высоко оценив свою деятельность до переезда, он твердо уверен, что все прежнее было лишь подготовительным периодом к систематической литературной и общественной (курсив мой. — Т.Г.) деятельности, которая по-настоящему началась именно в Москве¹².

Все общественные должности, которые Юлий занимал в эти годы, перечислить трудно. Их было немало: он председательствовал в литературно-художественном кружке «Среда», был редактором и председателем правления московского Книгоиздательства писателей, с 1907 года возглавлял Общество деятелей периодической печати и литературы, а в 1914 году был избран почетным членом этой организации. Долгое время работал вместе с А.А. Мануйловым в Обществе помощи литераторам и журналистам, стоял у истоков журналов «Журналист», «Путь»¹³ и т.д.

Хорошо знавший Ю.А. Бунина в этот период писатель Б.К. Зайцев в очерке, посвященном ему, дал творческий портрет журналиста и активного общественного деятеля: «Юлий Алексеевич всегда сидел в своей квартире-редакции — на стене Св. Цецилия, — читает рукописи, пьет чай и курит. Из окна видна зелень Михайловского сада, в комнатках очень тихо, если зайти часов в двенадцать, то весьма вероятно, что там и Иван Бунин, и что они собираются в “Прагу” завтракать». Юлий «жил спокойной и культурной жизнью, с очень общественным оттенком: состоял членом бесчисленных обществ, комиссий и правлений, заседал, “заслушивал”, докладывал, выступал на съездах и т.п. Но пошлостей на юбилеях не говорил. Нежно любил брата Ивана — некогда был его учителем и настав-

¹¹ Бунин Ю.А. Воспоминания: литературная и культурная деятельность // НИОР РГБ. Ф. 612. К. 1. Ед.хр. 1.

¹² Там же.

¹³ Ю.А. Бунин был также членом правления Толстовского общества, Общества грамотности, входил в состав Всероссийского профессионального Союза писателей, был членом Петербургского литературного фонда и входил в состав еще ряда других общественных организаций.

ником, и теперь жили они хоть и отдельно, но виделись постоянно, вместе ездили в Кружок, на Середу, в “Прагу”. На Середе Юлий Алексеевич был одним из самых уважаемых и любимых сочленов, хотя и не обладал громким именем. Его спокойный и благородный, джентльменский тон ценили все. Что-то основательное, добротное, как хорошая материя в дорогом костюме, было в нем, и с этим нельзя было не считаться». Все, кто был с ним знаком, относились к нему с уважением, любили его, ибо «Юлий был мера, образец и традиция. В сущности, по нему одному, по его речи, суждениям, заседаниям, заграничным поездкам, можно было почувствовать всю ту жизнь, все то время»¹⁴.

Несмотря на разностороннюю общественную деятельность, которая также имела большую связь с литературой и журналистикой, основным для Ю.А. Бунина в эти годы, конечно, был «Вестник воспитания». Авторы некоторых статей о Ю.А. Бунине пишут, что он был заведующим редакцией, секретарем редакции, соредактором. На самом деле он был фактическим редактором журнала, а Н.Ф. Михайлов — издателем и номинальным редактором. Между ними по этому поводу было полное взаимопонимание и никогда не возникало никаких разногласий. Осуществляя вместе с издателем общую редакционную политику с учетом особенностей и направленности журнала, Юлий Алексеевич внес в «Вестник воспитания» много нового. Спектр журналистских профессий довольно широк. Специалисты выделяют три вида творческой деятельности в журналистике: редакторскую, организаторскую, авторскую. В «Вестнике» Юлий был причастен ко всем трем: он вместе с Михайловым руководил работой редакционной коллегии, занимался тематическими планами, отчетностью, обеспечивал своевременную сдачу в печать и следил за сроками выпуска, выполнял функции литературного редактора, вел работу по налаживанию и поддержанию контактов с авторами, занимался вопросами рекламы, писал собственные статьи. Как сказано в «Автобиографии», «в “Вестнике воспитания” писал много статей и заметок — большей частью анонимно»¹⁵. Человек он был скромный, о своей журнальной работе говорил мало, и поэтому у современников сложилось впечатление, что «сам он даже в собственном журнале никогда ничего не писал».¹⁶ В «Вестнике» редакционные статьи тоже часто печатались без подписи, подтвердить авторство могли бы финансовые документы, например гонорарные ведомости, оригиналы статей, с ко-

¹⁴ *Зайцев Б.К.* Юлий Бунин / Собр. соч.: В 11 т. Т. 6. М.: Русская книга, 1999—2001. С. 50—51.

¹⁵ Автобиография Ю.А. Бунина // РГАЛИ. Ф. 1292. Оп. 2. Ед. хр. 1.

¹⁶ Скиталец (*С.Г. Петров*). Писатели старой Москвы. Литературная «Среда» // Скиталец. Повести и рассказы. Воспоминания. М.: Московский рабочий, 1960. С. 122.

торых делался набор, но поработать с архивными материалами «Вестника» пока не удалось.

За собственной подписью, Ю. Бунин, Юлий Бунин или Ю.Б. (так он тоже подписывал некоторые редакционные заметки) в «Вестнике» опубликовано десять статей. Одна из них посвящена юбилею земского статистика Ивана Павловича Боголепова и приурочена к 25-летию его службы в Московском земстве. Речь в ней идет о заслугах Боголепова в разработке вопросов народного образования. «Не говоря о его (Боголепова. — *Т.Г.*) текущих обозрениях школьного дела, печатаемых в Статистическом ежегоднике, — отмечает Ю.А. Бунин, — в многочисленных трудах Ивана Павловича следует особенно отметить то, что ему первому принадлежала честь разъяснения одного из наиболее существенных пунктов в вопросе о введении у нас, в России, всеобщего обучения». Обращая внимание на то, что Боголепов в первые годы своего служения в Московском земстве сам был народным учителем и на практике ознакомился с делом, которому служил впоследствии своими статистическими исследованиями, автор пишет: «Еще в 1886 г. он (Боголепов. — *Т.Г.*) с цифрами доказал, что введение всеобщего обучения не может обойтись так дорого, как до этого времени об этом думали». Именно статистик отметил, что «при определении числа необходимых школ надо принимать во внимание продолжительность школьного курса, вследствие чего процент населения школьного возраста оказывается гораздо ниже того, который объективно принимался в расчет. Как это ни просто кажется теперь, но тогда это было можно сказать открытием»¹⁷.

В работе «Грамотность населения по данным всеобщей переписи 1897 года» автор подчеркивает, что «первая всеобщая перепись населения Российской империи 1897 года также включила в число своих задач выяснение вопроса о грамотности населения, подразумеваемая под грамотностью умение читать и писать»¹⁸. На основе данных переписи Ю.А. Бунин рассматривает 11 губерний и областей и, сравнивая полученные результаты с состоянием грамотности в Италии, Германии, Венгрии, приходит к выводу, что «из всех стран Европы на один уровень с нашими губерниями и областями могут быть поставлены лишь государства Балканского полуострова и Португалия». Но при этом считает, что «как ни печальна картина грамотности русского населения в настоящее время, она все-таки представляется более светлой, по сравнению с тем, чем она была лет 15—20 тому назад». Обращая внимание на количественное от-

¹⁷ Бунин Ю.А. По поводу двадцатипятилетнего юбилея Ивана Павловича Боголепова // Вестник воспитания. 1898. № 1. 4-й отд. С. 161—165.

¹⁸ Бунин Ю. Грамотность населения по данным всеобщей переписи 1897 года // Вестник воспитания. 1901. № 9. 1-й отд. С. 115—138.

ставание России от цивилизованных стран Европы, он пишет о том, что недостаточен объем и характер тех знаний, которые получает население России, и призывает «всех истинных друзей просвещения» обеспечить народу возможность реализовать свое право на получение качественного образования»¹⁹.

С интересом даже сегодня читаются статьи «О расходах земств на народное образование»²⁰, «Из текущей жизни просветительских и учительских организаций»²¹, «Размышления по поводу 2-го издания сборника статей о русской интеллигенции «Вехи»²². Юлий всегда находит способ говорить о роли педагога, наставника молодежи. В статье, посвященной памяти Сергея Андреевича Муромцева, он пишет о нем прежде всего как о блестящем ученом, который во время работы на юридическом факультете Московского университета своими лекциями увлекал студентов, питал юные души «живой водой» знаний, чем «завоевал огромную популярность среди студентов и обратил на себя внимание профессорской коллегии». А спустя много лет, — продолжает автор, — «он (Муромцев. — Т.Г.) с поразительным блеском развернул свои способности перед миром как председатель первого русского парламента и притом в бурный период революции», когда нужны были поистине гигантские силы, чтобы с таким искусством руководить ходом парламентской жизни»²³.

Ю.А. Бунин много сделал для журнала как организатор. Вместе с Михайловым они выработали новую концепцию журнала. Обратимся к тексту отчета²⁴ (дата на документе не указана), составленному Ю.А. Буниным о деятельности журнала в новый период, то есть после ухода из жизни основателя. В отчете Бунин прежде всего отмечает вклад Покровского в становление журнала, положительно оценивает его опыт: «прекрасно сформированный состав сотрудников», «распространение среди русского общества разумных сведений о возможно правильном установлении вопросов воспитания в семье и школе», заботу о здоровом и правильном физическом развитии подрастающих поколений и совместную работу в этом направлении врачей и педагогов». «В “Вестнике” того вре-

¹⁹ Там же. С. 138.

²⁰ Бунин Ю. О расходах земств на народное образование // Вестник воспитания. 1902. № 4. 4-й отд. С. 136—151.

²¹ Ю.Б. Из текущей жизни просветительских и учительских организаций // Вестник воспитания. 1907. № 5. 3-й отд. С. 74—111.

²² Бунин Ю. Вехи. Сборник статей о русской интеллигенции. 2-е изд. М, 1909; Вестник воспитания. 1909. № 7. С. 1—26.

²³ Бунин Ю. Сергей Андреевич Муромцев // Вестник воспитания. 1910. № 7. 1-й отд. С. 1—8.

²⁴ Бунин Ю.А. Сведения для характеристики «Вестника воспитания» (машинописная копия с правками автора) // РГАЛИ. Ф. 1292. Оп. 2. Ед.хр. 6.

мени, — отмечает он, — было много статей, посвященных средней, начальной школе и внешкольному образованию»²⁵. Перейдя к анализу журнала за последующий период (с 1897 г. и по «настоящее время»), он пишет: «При новой редакции главное внимание было обращено на выяснение различных теорий воспитания и образования, на новые течения в педагогике (экспериментальная педагогика, свободное воспитание, принципы общественности и трудовое начало в учебно-воспитательном деле и проч.). Важное значение журнал придавал научным данным индивидуальной и коллективной психологии и в особенности влиянию социальной среды». Ю.А. Бунин констатирует, что, «следя за различными видами образования и за школами всех стран и разрядов, “Вестник воспитания” был сторонником принципов свободы, равноправия и демократизма, широкого просвещения народных масс, самостоятельности и объединенности педагогического персонала, стремился к тому, чтобы воспитание и образование строилось на разумных педагогических началах, а не в угоду тем или иным политическим, националистическим или клерикальным тенденциям»²⁶.

Характеризуя отдел критики и библиографии, он подчеркивает, что «журнал следил не только за педагогическими сочинениями, учебниками и детской литературой, но и за вновь выходящими книгами по различным отраслям знания, искусства и литературы»²⁷. В раздел хроники тоже были внесены изменения: «редакция включала в обозрения международные материалы»²⁸.

Ю.А. Бунин был сторонником того, чтобы чаще рассказывать о состоянии воспитания и образования в других странах, и к этому хотел привлечь иностранных корреспондентов. В копии письма, отправленного за его подписью редактору немецкого журнала «Дер Бильдунгсферайн» (“Der BildungsvereinЭ), он благодарит его за любезную готовность сотрудничать с «Вестником» и пишет: «Я уже имел случай познакомиться с Вашими трудами и в свою очередь ознакомить с ними читателей “Вестника”. Ваши труды живо их заинтересовали. Теперь, получивши Ваше согласие на сотрудничество, я не могу не высказать Вам своей признательности. Присланную Вами программу первой статьи я нашел крайне интересной и вполне соответствующей нашему направлению»²⁹.

Бунин ведет обширную переписку с авторами журнала, изучает их предложения. В орловском архиве сохранилась часть переписки

²⁵ Там же.

²⁶ Там же.

²⁷ Там же.

²⁸ Там же.

²⁹ Письмо в редакцию «Дер Бильдунгсферайн» за подписью Ю. Бунина // ОГЛИМТ. Ф. 17. Ед. хр. 3388. Оф. Далее письма, специально не оговоренные, цитируются по материалам этого архива // ОГЛИМТ. Ф. 17. Ед. хр. 3563. Оф.

с некоторыми из его многочисленных корреспондентов: с Н.А. Ратомским, П.А. Нечаевым, З.Д. Прозоровой, И. Радецким и др. Так, И.А. Порошин (Белозерский) из Новгородской губернии в письме от 12/25 июня 1900 года пишет: «Многоуважаемый Юрий (Юрий — так иногда называли Ю.А. близкие. — Т.Г.) Алексеевич! Я был приятно изумлен, узнавши, что секретарем редакции «Вестник воспитания» оказался человек, с которым я имел удовольствие встретиться несколько лет тому назад в Петербурге, когда Вы приезжали туда из Полтавы. <...> Мне было очень приятно узнать, что статья моя об Аф. Щапове оказалась подходящей для Вашего журнала, который занимает такое место в ряду наших педагогических изданий. Если в моей статье придется сделать какие-либо изменения или сокращения, то предоставляю это всецело благоусмотрению уважаемой редакции, в полной уверенности, что статья несколько не пострадает от этих изменений»³⁰.

З.Н. Прозорова (Казань) сообщает в письме от 2 марта 1898 года, что посылает статью-перевод из немецкого педагогического журнала, и прочитанную «в неформально существующем в Казани семейно-педагогическом кружке»³¹.

Во многих письмах содержатся просьбы о помощи конкретным людям, предложения, которые надо было изучить, оценить, дать ответ автору. Так, предлагая свои темы из школьной жизни для публикации и вкратце характеризуя их, Н.А. Ратомский из Ростова-на-Дону пишет: «Вероятно, все это пригодится для Вашего журнала. Покорно и убедительно прошу меня печатать, ибо безвременье моего прозябания под гнетом безделья прошло, и я вновь дельный трудящийся педагог». А некто, живущий у Никитских ворот, в доме кн. Шаховской, в кв. 7, облекает свою просьбу в изысканную форму: «Простите, что беспокою Вас, но Вы сами сказали, что к празднику похлопочете насчет временной поддержки Дон-Кихоту вымирающего народничества»³².

Сохранились и некоторые ответные письма. Переписка, которую он вел в течение многих лет, свидетельствует об огромном желании ничего не упустить, освещать все самое современное в системе образования. Обращаясь к историку и переводчику М.О. Гершензону с просьбой сделать для «Вестника» перевод статьи из немецкого журнала об образовании в Германии, редактор интересуется также: «у кого можно достать в Берлине или в каком-нибудь другом городе Германии материалы по следующим вопросам: 1) о студенческих

³⁰ Афанасий Прокофьевич Щапов (1831-1876) — сибирский историк, публицист, писатель, философ.

³¹ ОГЛМТ. Ф. 17. Ед. хр. 761.

³² Там же. Ед хр. 9303. Оф.

общежитиях, 2) о студенческих кружках, 3) о постановке в тамошних университетах практических занятий по общественным наукам»³³.

Юлий был сторонником того, чтобы в журнале печатались художественные произведения: большей частью это были переводы с немецкого и английского. Несомненной удачей оказалась публикация капитального труда академика Д.Н. Овсяннико-Куликовского «Итоги русской литературы XIX века», который публиковался в течение 1903 года и стал основой его книги «История русской интеллигенции».

В цитируемом ранее тексте, содержащем сведения о журнале, помещен не полный, но внушительный список сотрудников (52 фамилии), который был сформирован им вместе с Михайловым. Среди авторов академики: В.И. Вернадский, И.И. Янжул, А.Е. Грузинский, профессора: М.М. Ковалевский, Е.И. Лозинский, Ф.Ф. Эрисман, А.Ф. Фортунатов, П.Е. Сакулин, кн. Д.И. Шаховской и другие, не менее талантливые и именитые. Так, в 1910 году обзор детской и народной литературы вел Н.Н. Златовратский, детский писатель и педагог. В годы первой мировой войны, — пишет Юлий, — журнал подчеркивал, что, «кроме главнейшей задачи — обороны отечества, усилия общества должны быть активно и планомерно направлены на культурные задачи. Для охраны материального и духовного состояния страны необходимо предохранять общество, и, в особенности подрастающее поколение, от вызываемых войной чувств национальной исключительности, шовинизма и вражды и надо поддерживать возвышенные и благородные чувства, обеспечивающие в будущем прогрессии солидарность народов»³⁴.

Настоящим триумфом для журнала стал юбилейный, 1915 год. Журнал, четверть века верой и правдой служивший делу воспитания и образования, чествовали торжественно, приветствия прислали организации и частные лица. В специальном выпуске журнала, посвященном этому событию, опубликованы юбилейные материалы. Поздравительные адреса были получены от Императорской Академии Наук, от членов Государственной Думы, от Московского городского университета им. Шанявского, от Московского общества народных университетов, от Общества любителей российской словесности, от литературно-драматического и музыкального Общества им. А.Н. Островского, от Московского литературно-художественного кружка «Среда», редакции журнала «Молодая жизнь», газеты «Сибирская жизнь». Пришли письма и телеграммы от частных лиц, от авторов и многочисленных читателей.

³³ НИОР РГБ. Ф. 746. К. 29. Ед. хр. 27

³⁴ Бунин Ю.А. Сведения для характеристики «Вестника воспитания» // НИОР РГБ. Ф. 1292. Оп. 2. Ед. хр. 6.

В адресе Общества периодической печати и литературы, подписанном В. Фриче, Л. Козловским, В. Анзимировым (всего 55 человек), были отмечены заслуги Ю.А. Бунина как редактора, а затем сказано: «Ни сложная работа по редактированию журнала, ни многообразная общественная жизнь не мешали Вам принимать в его делах самое горячее участие. Старше многих из нас годами Вы всегда вносили в его жизнь энергию, овеянную нестареющей молодостью.<...> Вы всегда всем существом своим сознавали великую роль печати, и этим вполне объясняется неизменный интерес, который Вы питали к идее объединения деятелей печатного слова. Прекрасно понимая всю важность защиты профессиональных нужд корпорации, Вы вместе с тем неослабно стремились поднять ее значение, как одного из серьезных факторов общественности в глазах общественных кругов»³⁵.

В декабре 1917 года вышел последний номер «Вестника», после революции его закрыли, как почти все дореволюционные издания. Это было последнее место работы Юлия Алексеевича Бунина. Он был выбит из привычной колеи. Пошатнулось здоровье, он остался без всяких средств. Брат звал его с собой на юг, откуда, как известно, путь Веры Николаевны и Ивана Алексеевича Буниных лежал через Константинополь в эмиграцию, но Юлий отказался. В последние годы страшно бедствовал. По воспоминаниям близко знавших его, скитался: некоторое время жил в доме отдыха для писателей и ученых в Неопалимовском переулке (Б. Зайцев), провел много времени в лечебнице д-ра Воскресенского (С.И. Преображенский). Сам он также оставил свидетельство своих несчастий, рассказав о них в письме от 23 февраля 1921 года наркому здравоохранения Семашко. Текст письма впервые приводим полностью по автографу, хранящемуся в архиве:

«Глубокоуважаемый Николай Александрович!

Вследствие совершенной безысходности моего положения решаюсь беспокоить Вас моею покорнейшей просьбой. Срок моего пребывания в “Здравнице № 2” определен на 4 марта, после чего я должен отправиться на свою квартиру, где жить решительно невозможно, температура в ней ниже нуля и вообще она разорена и безусловно непригодна для жилья. Дров вовсе нет и приобрести их я не могу.

Человек я одинокий, беспомощный и старый — мне 63 года. Нет никого, кто мог бы теперь облегчить мое положение. Таким образом, возвращение мое на свою квартиру в середине зимы равносильно моей гибели. Поэтому осмеливаюсь обратиться к Вам с убедительной просьбой разрешить мне продолжить мое пребы-

³⁵ «25-летний юбилей «Вестника воспитания» (отдельный оттиск). М., 1915.

вание в “Здравнице” до более теплого времени, когда я смог бы принять какие-либо меры для дальнейшего своего существования. Исполнением моей просьбы Вы окажете милость искренне уважающему Вас Юлию Бунину»³⁶.

Его поместили в больницу имени Семашко — «лучшее, что можно было предложить», — считал Зайцев, — но было уже поздно. Ю.А. Бунина похоронили в Москве, в Донском монастыре. Провожали его в последний путь старые друзья, в том числе и участники «Среды», которые «явились поклониться сотоварищу, в горький час России уходящему» (Б. Зайцев).

Постоянным участникам литературного кружка «Среда» давали прозвища. «И выбирать эти прозвища дозволялось только из действительных тогдашних названий московских улиц, площадей, переулков. Это называлось у нас “давать адреса”, вспоминал Н.Д. Телешов. — Старший Бунин — Юлий, работавший всю жизнь по редакциям, был “Старо-Газетный переулок”»³⁷.

Список литературы

Накорякова К.М. Очерки по истории редактирования в России XVI—XIX вв. Опыт и проблемы. М.: Издательство «ВК», 2004.

Полуяктова З.А. Журнал «Вестник воспитания» и его общественно-педагогическое направление....: Дисс. ... канд. пед. наук. Л., 1967.

Поступила в редакцию
13.09.2011

³⁶ ОГЛИМТ. Ф. 17. Ед. хр. 3385. Оф.

³⁷ *Телешов Н.Д.* «Среда». Литературный кружок. Избранные произведения: В 3 т. Т. 3. М., 1966. С. 54.

В.Н. Греков, кандидат филологических наук, доцент историко-филологического факультета Православного Института Св. Иоанна Богослова; e-mail: grekov-@mail.ru

«...СЛЕДУЕТ ЛИШЬ ЗАКОНУ, ЗАЛОЖЕННОМУ В ЕГО СЕРДЦЕ» (АРХЕТИП И ОБРАЗ В ФИЛОСОФСКОЙ ЭСТЕТИКЕ ЛЮБОМУДРОВ И СЛАВЯНОФИЛОВ)

В статье анализируется философская публицистика любомудров и славянофилов. Автор подробно рассматривает, как в ней отразились эстетические воззрения любомудров, а затем и славянофилов, их отношение к периодизации искусства, осмысление ими проблемы смены художественных эпох. В этой связи, как показано в статье, ключевой проблемой и для эстетики, и для публицистики любомудров и славянофилов становится проблема синтеза. Славянофилы переносят идею синтеза на отношения общественные и применяют ее к теории исторического развития.

Ключевые слова: характер искусства, художественная эволюция, архетип, эстетика, гармония, синтез, любомудры, славянофилы.

The article examines the philosophical journalism the lubomjudres and slavophiles. The author considers in detail, as it reflected the aesthetic views the lubomjudres, and then slavophiles, their attitude to the periodization of art, the comprehension of the problem of the change of artistic periods. In this connection, as shown in the article, the key problem for aesthetics, and for publicism the lubomjudres and slavophiles becomes a problem of synthesis. The slavophiles tolerate the idea of synthesis of the relations public and apply it to the theory of historical development.

Key words: nature of art, artistic evolution, archetype, aesthetics, harmony, synthesis, lubomudres, slavophiles.

Вопрос о стадиях развития искусства, о художественной и эстетической эволюции — один из важнейших вопросов, поднятых в публицистике и критике «любомудров». Первым о художественной эволюции задумался и написал А. Галич, ставший одним из учителей и предшественников любомудров. В «Опыте науки изящного» он пишет, что «раскрывающееся сознание духа в юности народов ощущает, видит и представляет себе божественный самообраз изящного <...> необходимый ход развития оттеняет и прекрасное древнего мира существенным характером осязательного, пластического, простодушного, а прекрасное новых времен — характером романтического»¹. Галич противопоставляет простодушное пластическое искусство древности новому — то есть классицизм

¹ Галич А. И. Опыт науки изящного, начертанный А. Галичем // Русские эстетические трактаты первой трети XIX в.: В 2 т. Т. 2. М., 1974. С. 223—224.

романтизму, понимаемому как идеальное искусство христианской эпохи. Галич пытается разобраться в исторических связях искусства, выделить стадии его развития, соответствующие преобладанию внутреннего или внешнего начала. Он выводит различие исторических эпох из различия образа жизни разных народов. Так, «на юге Европы преобладает духовная сторона, которая, подавляя чувственную загадочным значением мысли, превращает произведения искусства в формы, не имеющие существа». Напротив, скандинавский север доказывает нам, что «чувственная или материальная, грубая масса господствует над идеей и дает произведения жесткие, огромные, уродливые». Наконец, на востоке, в древней Греции «находим ту и другую сторону в совершеннейшей и, следовательно, для нас образцовой отделке. Ибо искусственные их изделия <...> соединяя с сим самоотвержением художника и тонкую значительность, которая живописует характер всякой вещи резкими чертами, а появляющуюся страсть умеряет грацией <...> но ограничиваются только самими собой и находят свою цель и успокоение в совершенстве своих форм»². В контексте размышлений Галича, передающего достаточно точно суть теоретических исканий и выводов немецких романтиков, историческое различие порождает и объясняет различия эстетические и этические. Влияние исторических элементов на политику ни Галича, ни Любомудров пока еще не волнует, хотя подобная проблема в романтической теории уже была поставлена... Напомним хотя бы размышления Шеллинга об эпохах, наиболее благоприятствующих искусству.

Ближе всех к воззрениям Галича и Шеллинга подошел в своих статьях Д.В. Вeneвитинов. Его можно назвать даже не последователем, а популяризатором идей немецкого философа³. Вeneвитинов выделял три эпохи в развитии познания: эпическую, лирическую, драматическую. Эпос принадлежит прошлому, он обращался к частным проблемам. Лирика — дитя современности, потому что «здесь мысль независимо от времени выливается из души поэта». Эпос и лирика сливаются и могут составить искусство будущего — поэзию драматическую. «В этой эпохе мысль будет в совершенном

² Галич А.И. Указ. соч. С. 224—226.

³ В вопросе о степени оригинальности теории Вeneвитинова исследователи разошлись. Ю. Манн полагает некорректной подобную постановку вопроса, так как принципиальная схема классификации истории искусства после работы Шиллера «О наивной и сентиментальной поэзии» (1796 год) даже в трудах немецких эстетиков стала общим достоянием [Манн, 1997, с. 24]. Иной точки зрения придерживается З.А. Каменский, доказывающий различие «рассуждений и результатов полученных тем и другим» [Каменский, 1980, с. 70, 73—75]. Ю. Манн признает заслуги Вeneвитинова в интерпретации учения Шеллинга, в ее применении и деталях [Манн, 1997, с. 24—25]. В то же время З. Каменский указывает на скрытую «внутреннюю полемику» Вeneвитинова и Шеллинга [Каменский, 1980, с. 77].

примирении с миром. В ней, как в трагедии, равно будет действовать характер человека и сцепление обстоятельств»⁴. На самом деле здесь противопоставляются два вида искусства — объективное, древнее, и субъективное, новое. Веневитинов следует в этом за Шеллингом и Галичем. Сами формулировки его похожи на высказывания последнего. Галич рассматривал древнее искусство как воплощение «жизни внешней, натуральной». Античная поэзия не выдумывала своих героев и обстоятельств их жизни, считал Галич, она только «очищала» и «облагораживала» формы. Задача античной поэзии была в том, чтобы «показать все совершеннейшее в самой природе вещей». Иначе говоря, поэт рисует картину действительной жизни, но облагораживает ее, делает акцент на ее совершенстве. Новейшая поэзия также занимается «все совершеннейшим», но созерцание происходит вне природы. Она низводит свои предметы «в мир чувственный». Новейшая поэзия раскрепощает фантазию и позволяет увидеть «неземных пришельцев», «таинственное мерцание бесплотных ликов»⁵. Как и Галич, Веневитинов называет новейшую лирическую поэзию романтической, а древнюю — пластической или классической. Синтез обоих видов поэзии неизбежен, но это произойдет еще не скоро.

В отличие от Веневитинова В.Ф. Одоевский не высказался столь же ясно о формах старого и нового искусства. Точнее, он не указывал границ отдельных эпох. Он связывал историю эстетических идей с преобладанием форм, присущих одному из видов искусства — живописи, музыке и поэзии. Подобно Шеллингу, он связывал искусство с понятием Абсолюта, понимаемого как идея «совершенного единства Отвлеченного с Вещественным»⁶. Это несколько не мешало Одоевскому понимать значение практической жизни и размышлять о соотношении искусства с действительностью. В неопубликованной при жизни статье «Опыт теории изящного» (предназначавшейся, вероятно, для «Московского телеграфа») объясняется взаимосвязь изящного и жизни и проводятся интересные параллели. Так, выясняется: если что-то «в мире вещественном — невозможно, то соответствующее тому в мире изящном — неприятно; как и в первом присутствие одного производителя не может соделать явления, так в красноречии одна теза без антитезы и обратно составляет бессмыслицу». В конечном счете различие между живописью, поэзией и музыкой сводится в конце концов к более простому и традиционному пониманию разницы между эпосом, лирикой и драмой. Но не все так просто. Одоев-

⁴ Веневитинов Д.В. Полн. собр. соч. М., 1980. С. 304.

⁵ Галич А.И. Указ. соч. С. 224—226.

⁶ Одоевский В.Ф. Афоризмы из различных писателей по части современного германского любомудрия // Мнемозина. 1824. Ч. II. С. 79.

ский принципиально выявляет конфликтность, противоречивость каждого вида искусства внутри себя и с другими формами. Вот почему так важно признание превосходства, точнее, большего влияния поэзии по сравнению с другими видами искусства. Поверхностности живописи противопоставляется глубина музыки и поэзии. Поэзия по своей природе объединяет черты остальных искусств. Она соединяет «разительность разнообразного мгновения живописи» с «глубоким, последовательным, постоянным действием музыки». Поэзия характеризуется с помощью сравнения, через ощущения, чувства, вызываемые другими искусствами. Тогда в чем же ее своеобразие? «В ней музыка в высшем своем проявлении становится лирою, живопись — эпопеею. Но как мелодия производит более действия, будучи соединена с созвучиями, нежели одна, так и поэзия — безразличие всех искусств — более имеет силы, будучи соединена с музыкою. Отсюда поэзия по преимуществу поэзия в безразличии — драма»⁷.

Дух древности устремлялся к вещественному, к материи, устремляясь вне себя. Дух нового времени, христианского, Одоевский уподобляет «христианской музыке», вызывающей «благоговение» и направленной к «неопределенному, неизъяснимому»⁸. Поэтическое произведение Одоевский рассматривает как проявление идеи, как попытку вместить бесконечное в конечное. Границы поэзии, ее замкнутость преодолевает музыка, придающая ей духовность. Соединение поэзии с музыкой позволяет возвыситься, приблизиться к идеалу. Совокупное действие поэзии и музыки гораздо сильнее отдельного действия на человека. Можно ли в данном случае говорить о синтезе? Однако же слияние — процесс, а синтез — результат. Поскольку слияние музыки и поэзии намеренное, направленное действие, возможно, стоит говорить о первоначальном синтезе, который искусство не смогло удержать вполне. Истинный синтез, по всей видимости, дело будущего. Одоевский мыслит его как синтез поэзии и философии. Весь мир представляется ему простым созвучием, невнятным и не распознаваемым неподготовленным слушателем, «простолюдином» в терминологии Одоевского. Чтобы услышать это созвучие, чтобы понять слияние материи и духа, нужно возвыситься над миром обыденным. «Там высшая степень совершенства, где слушатель есть вместе судия, где поэзия сливается с философией!»⁹.

Отношение Одоевского к категории универсума оставалось в этот период сложным, он постепенно разочаровывался в системе.

⁷ *Одоевский В.Ф.* Опыт теории изящных искусств // Русские эстетические трактаты первой трети XIX в.: В 2 т. Т. 2. М., 1974. С. 158—159.

⁸ Там же. С. 161.

⁹ Там же. С. 162.

Музыка же — наиболее бесплотное, бесцельное, беспредметное искусство — занимает со временем в его теории высшую ступень. Поэту приписываются черты провидца, пророка, познающего бессознательно сокровенные тайны мироздания. Философ — также поэт в своем роде. Поэтому бессмысленно спрашивать, кто из них выше и совершеннее. Этот спор снимается будущей религиозной эпохой. Вот как описывается истинный синтез в записной книжке Одоевского: «В будущей религиозной эпохе человечества оба сольются воедино, но мы того так же постигнуть не можем, как наши праотцы не могли постигнуть, что из религии разовьется поэзия и философия, что в звуках кроме мелодии есть гармония или, лучше, что мелодия в чреве своем носила гармонию»¹⁰. О близости поэзии и философии задумывались и другие любомудры.

Поэзия, как и философия, ищет возвышенного, всеобщего счастья гармонии, но они недостижимы во внешнем мире. Только внутри себя поэт способен найти гармонию. Вот как формулирует этот принцип В.П. Титов, публицист и критик «Московского вестника», в статье «О достоинстве поэта»: «...всякая истинная поэзия приводит нас к идеям философским, и обратно всякая Философия истинная дает нам утешительное, пиитическое воззрение» на действительность»¹¹. Все это очень похоже на суждения Одоевского, но не отличается его яркостью и определенностью. Титов сравнивает между собой такие разные произведения, как «Прометей» Эсхила, «Эдип в Колоне» Софокла, «Макбет» Шекспира, «Манфред» Байрона. Что же связывает творения столь разных эпох? Оказывается, в них «невольно видишь эмблематическое изображение общей мысли»¹². Эта общая мысль, прослеживаемая в них, — мысль о значении личности, о ее самосознании. В.П. Титов выделяет в философской эстетике идею личности и разрабатывает ее в своей статье «О романе как представителе образа жизни новейших европейцев». Роман обращен к личности, описывает личность, поэтому он не был знаком древним. Но поэтому же его так ценит Титов. Он видит в романе возможность эстетического и философского синтеза. То, что Одоевский приписывал драме (особенно древней), Титов видит в романе. Одоевский полагал возможным создать драму идей, показать в ней «участь общего всему человечеству ощущения»¹³. Титов указывает, что за видимым однообразием романа,

¹⁰ *Одоевский В.Ф.* Опыт теории изящных искусств // Русские эстетические трактаты первой трети XIX в.: В 2 т. Т. 2. М., 1974. С. 179.

¹¹ *Титов В.П.* О достоинстве поэта; О романе как представителе образа жизни новейших европейцев // Из литературного наследия В.П. Титова / Публикация, примеч. и комментарии В.И. Сахарова и А.В. Коренькова; вступ. статья В.И. Сахарова // Контекст. 1994, 1995. М.: Наследие, 1996. С. 114.

¹² Там же.

¹³ *Одоевский В.Ф.* Русские ночи // Одоевский В.Ф. Соч.: В 2 т. Т. 1. М.: Художественная литература, 1981. С. 33.

обращающегося к семейной жизни и любви, скрывается не просто множество коллизий, но и судьба общего всему человечеству чувства любви. Хотя в романе судьба и не вступает в прямой конфликт с героем, не борется с ним, но зато опутывает и запутывает его искусно «в сеть неприятных случаев»¹⁴. Чтобы выбраться из сети, разорвать ее, герой должен проявить все свои качества, причем мы видим не только лучшие, но и «предосудительные». Но и сеть неприятностей, и борьба с ними имеют в романе один источник — любовь, ибо только она, как считает Титов, «служит для юноши венцом образования и началом плодотворной деятельной жизни»¹⁵.

Конечно, по сравнению с Одоевским Титов ограничивает «участь человечества» одной сферой и одним чувством. Но зато он показывает разнообразие романских форм, не только героев и сюжетов, но и идей, прослеживая его даже в современности. Сопоставляя Жан Поля Рихтера и Гёте, он отдает предпочтение последнему. Дело в том, что «герои его (Жан-Поля. — В.Г.) соединяют в себе все возвышенное, что есть и чего нет в природе человека», то есть «ангельское» и «демоническое». Титов резюмирует: «Они слишком хороши для нашего мира». Слишком хороши — значит, чрезмерны, то есть фактически неестественны, несовременны, как мы бы сказали, «нетипичны». Эта неопределенность и неестественность заметна в характере его романов: в них одновременно присутствует и «лирический восторг Руссо» и «кариатура Фильдинга»¹⁶. Зато Гёте подкупает объективностью, глубиной. Мы видим, что «поэт — мыслитель» выполняет свою задачу — «рассматривает жизнь и назначение человека». Выбирая между «фантазией влюбленного» и эпическим спокойствием Гёте, Титов склоняется к необходимости показывать «совершенство наше» как результат влияния изящных искусств, развивающих в человеке любовь к ближнему и желание «воздавать» им за их помощь и любовь. Речь идет уже не столько о синтезе древнего и нового искусства, сколько о синтезе разных форм романа, предсказывающих, в свою очередь, искусство будущего. Поэтому он выделяет «Вильгельма Мейстера» как «совершеннейший» из романов Гёте¹⁷. В этом романе Титов находит изображение ни много ни мало «последней цели» человеческой жизни, заключающейся, с одной стороны, в «развитии способностей», а с другой — в «любви к изящному». Кажется, Титов огра-

¹⁴ Титов В.П. Указ. соч. С. 118.

¹⁵ Там же.

¹⁶ Там же. С. 121.

¹⁷ Титов здесь контаминирует два романа Гёте: «Годы учения Вильгельма Мейстера» (1795—1796) и «Годы странствования Вильгельма Мейстера» (1821; 1829). Отрывки их последнего печатались в русском переводе (Н.М. Рожалина) в «Московском вестнике» в 1827 г.

ничивает человеческую жизнь. На самом деле он подводит к необходимости единого восприятия мира реального и художественного, к необходимости «убеждения не одного разума, но и сердца»¹⁸.

Комментируя историю становления искусства, Одоевский выделяет несколько этапов: индейцы, египтяне, эра Гомера, средние века и XVI век с их романтизмом. Таким образом, древнее искусство прошло не через один и не через два этапа, как обычно считалось, а через три, новое — через два этапа. Неясно при этом, станет ли будущая религиозная эпоха самостоятельной или же составит очередную фазу искусства нового времени. Во всяком случае, романтическая поэзия не ограничивается средними веками. Романтизм жив и смотрит в будущее. Такой вывод можно сделать из слов Одоевского, который подчеркивает «стремление, замечаемое повсюду, к романтизму, к греческой архитектуре, к исследованию манускриптов, оставленных нам XVI столетием точно так же, как для него были приготовлены материалы древними»¹⁹.

Высказывая неподдельный интерес к будущим формам искусства, Одоевский, тем не менее, постоянно обращался к прошлому, изучал его, можно даже сказать, тосковал по ушедшему времени. Ему важно было проследить за взаимосвязью явлений, за развитием идей и форм, возникших в изящном искусстве, в других сферах жизни. Он ищет «моменты связей, возрождений и зрелости», то есть этапы развития, причем ищет «во всех областях духа человеческого»²⁰. И все же синтез больше опирается на прошлое, чем на настоящее, хотя публицист и стремится к объективности, к соблюдению равновесия. Синтез Одоевского — путь к гармонии, лежащий через противоречия. Древность, как и для многих любителей, для него связана с объективностью. Однако применительно к поэзии объективность выступает как безличность или, вернее, безразличие. Поэзию, как мы уже говорили, еще должна одушевить музыка. В соединении обоих искусств рождается, как мы знаем, высшая ступень — драма. Драма же воспринимается как универсальный жанр благодаря тому, что она создает условия для синтеза. Не только для синтеза древнего и нового искусства, но и для синтеза поэзии и философии, поэзии и религии, словом, всех форм жизни, любимых еще романтиками.

Ю.В. Манн считает, что в «Русских ночах» Одоевского заложена идея «драматического целого» и выделяет в иерархической структуре романа три слоя, связанные с фабульной схемой — истории

¹⁸ *Титов В.П.* Указ. соч. С. 121—122.

¹⁹ *Одоевский В.Ф.* Опыт теории изящных искусств // Русские эстетические трактаты первой трети XIX в.: В 2 т. Т. 2. М., 1974. С. 262.

²⁰ Там же.

о гениальных безумцах, философские искания двух друзей и, наконец, беседы и размышления четырех приятелей [Манн, 1998, с. 173—183]. В таком случае драматическое целое, вероятно, можно рассматривать как процесс синтеза художественного, публицистического и философского. В каждом из этих трех слоев мы можем выделить два типа коммуникации — собственно художественный и публицистический. Первый связан с образами персонажей, с сюжетом, с авторскими комментариями и рассуждениями о судьбах персонажей (представленных как суждения четырех друзей). Второй, публицистический, появляется в обсуждении проблем философских, казалось бы, отвлеченных, но от решения которых зависят судьбы целого мира, а не одних героев «Русских ночей». Чтобы соединить, сплавить эти типы коммуникации и требуется драматическое целое — как синтез поэзии и философии. Философия в данном случае заменяет музыку, которую древние использовали в своих драмах. Она предвещает новую драму, драму будущего, в которой станет полноправной участницей, одушевляя поэзию так, как раньше это делала музыка. Роман Одоевского — возможно, только подступ к новой, еще не созданной драме будущего, драме, которой предстоит стать жанром синтетическим.

Формулы смены эстетических эпох и идея синтетической литературы были, конечно же, не общими, но весьма похожими у всех Любомудров. Но вот применение этих формул к конкретным литературным произведениям и даже жанрам различалось очень сильно. Одоевский, как мы только что выяснили, сторонник объективного, безличного и предпочитает всем жанрам драму. А вот Титов, переведший вместе с С.П. Шевыревым и Н.А. Мельгуновым книгу Л. Тика и В.-Г. Вакенродера «Об искусстве и художниках. Размышления отшельника, любителя изящного», хотя также разграничивал вещественность и духовность, приписывал древней поэзии умение изобразить мир предметный, вещный и общественный (статьи «О достоинстве поэта», «О романе как представителе образа жизни новейших европейцев»). Древние не желали покоя, они все время в борьбе, противостоянии, они жаждут славы гражданской, общественной. Но их вера примитивна и не требует духовного напряжения. Поэзия нового времени желает спокойствия, склонна к рефлексии, к изображению чувств и семейной жизни. Но зато христианство требует от человека и от поэта напряженной внутренней жизни, обращает его внимание на проблемы вечные, развивает его духовно. Титов обосновывает «тождество», «нераздельность» поэзии с философией, поскольку поэт вынужден обращаться к своему внутреннему миру.

Не так ясно представлял себе новое искусство Шевырев. В рецензии на «Чернеца» И. Козлова он разграничивал два направления в поэзии: одно, «историческое», представляет «богатое разнообразие мира внешнего, все яркие и пестрые картины жизни с их интересными подробностями», другое же — «презирая всем внешним, черпает все сокровища мира внутреннего — души». Одно направление изображает события, другое, открывает читателям «неистощимые богатства таинственного мира души — мысли и чувства»²¹. Титов называет такой метод вместилищем, «формой». Он обращает внимание на отрывочность, недосказанность произведений этого рода. Художник «вымышляет» сюжет, заменяя «богатство картин и подробностей», иначе говоря, событий и деталей, «богатством чувств»²². Однако критик не отдает предпочтения ни одному из этих направлений. Их противоположность очевидна и связана с противоречием внешнего и внутреннего, субъективного и объективного.

Оба поэтические направления в системе Шевырева равноправны, хотя второе он разъясняет подробнее. Напомним, что в поэзии Шевырев ценит прежде всего мысль, а не форму, считая последнюю «красивостью». Но тем не менее несомненен его интерес к тайнам души, к психологии, к миру чувств. Сопоставление истории и поэзии означает в контексте критических и философских исканий 1820—1840-х годов признание права реального мира, стремящегося познать свои тайны, свою душу в поэзии, и вместе с тем право поэзии откликаться на действительность, не только отражая «события», но и рефлектируя по поводу вызванных ею чувств. Все это, конечно, нельзя еще рассматривать как движение к символизму, но и не противоречит знакомым уже нам исканиям Одоевского. Отметим все же, что и Шевырев отдал дань символическому пониманию литературы. Он перевел отрывок из И.В. Гёте «Елена. Отрывок из междудействия к “Фаусту”» и поместил его в «Московском вестнике» одновременно с собственным критическим разбором «Елена, классическо-романтическая фантазмагория...». Критик находит в отрывке Гёте аллегорическое (то есть на самом деле, в терминах современной поэтики, — символическое) истолкование не только событий, но персонажей²³. Так, Елена

²¹ Шевырев С. П. Чернец. Киевская повесть. Сочинение Ивана Козлова // Московский вестник. 1827. № XXII. С. 209—210.

²² Шевырев С. П. Указ. соч. С. 209-210.

²³ В понимании аллегории и символа мы в данном случае следуем за А.Ф. Лосевым. В аллегории «“идейно-образная сторона” оторвана от отвлеченной идеи». Образная сторона здесь только поясняет идею, разукрашивает ее и по существу своему совершенно не нужна идее. Она делает ее только более понятной, более наглядной, прибавляя к ней многое такое, что для нее несущественно. В то же время символ выявляет специфическую значимость «видового явления», сохраня-

своей судьбой подталкивает к размышлениям о красоте, о том, как менялось на протяжении истории понимание красоты и любви. Если во времена Менелая красота воспринималась как рабыня, она, по выражению Шевырева, «рабствовала», то в средние века уже стала основанием культа любви и рыцарского поклонения. Христианство освободило красоту. И освобожденная красота как бы вступает в брак, сочетается с «великодушным рыцарством». Союз Фауста с Еленой трактуется как символическое соединение двух цивилизаций — античной и христианской, соединение, приводящее к синтезу двух типов красоты — классической и романтической. Эвфорион — дитя этого «брака», олицетворение рождения романтизма. Обратим внимание на перемену, совершающуюся с влюбленным Рыцарем: чувственная любовь переходит у него в душевную, и это соответствует общему стремлению человека и человечества к бесконечному²⁴.

Позднее, в 1845 году, на символичность образов «Фауста» обратил внимание и И. Киреевский. Рецензируя прозаический перевод первой части и изложение второй части трагедии, сделанные М. Вронченко, он оспаривает замечания переводчика о вреде толкований поэтических произведений. Для Киреевского «толкование» и есть попытка понять авторскую позицию. Вронченко же, высказываясь против «подразумений», во второй части трагедии не замечает «тех отвлеченных мыслей, то философских, то мистических, которые находили в ней другие толкователи». Но, как считает критик, не прибегая к толкованию, невозможно понять Гёте, «тайнственно хранившего ее (разбираемую сцену. — *В.Г.*) как последнее завещание своей поэтически-философской жизни»²⁵. Ки-

ет его собственный смысл, хотя включает в некую новую общность, т.е. обобщает, но при этом собственно образная сторона, «видовое» никогда «не погибает, не понимается как-то переносно» и поэтому можно увидеть закономерности «конструирования» этого образа. Разумеется, между символом и аллегорией существует много промежуточных звеньев. В некоторых случаях возможно даже «бесконечно большое их сближение, вплоть до совпадения, когда уже ставится под вопрос сама аллегоричность» [Лосев, 1995, с. 112—113]. В нашу задачу не входит анализ соотношения аллегории и символа в сцене Гёте. Нам важно показать, что трактовка Шевырева была действительно интерпретацией символов, которые он увидел в тексте — символов мифологических, выраженных в художественных образах как символы художественные. Шевырев придает им философский и религиозный смысл, превращая тем самым в философские и религиозные символы. Это «превращение» происходит на глазах читателей, в рецензии, помещенной не в научном, а в литературном журнале. Частное мнение, авторский разбор литературного текста приобретает характер публицистический.

²⁴ *Шевырев С.П.* Указ. соч. С. 87—91. Подробный разбор этой статьи Шевырева см.: [Манн, 1998, с. 208—210]. Как показывает Ю. Манн, в межлудейских для Шевырева воплощается «загадка рождения романтизма» и эта загадка объясняется «новым отношением к красоте» и «идеей бесконечного» [там же, с. 209].

²⁵ *Киреевский И.В.* Критика и эстетика. М., 1979. С. 217.

реевский так же, как Титов и Одоевский, соединяет поэзию и философию. Результатом их синтеза должно стать символическое понимание мира. Но от того, что переводчик не понял этого и избегает всяких толкований, его перевод оказался непоследователен: «Если в первой части “Фауста” переводчик признает символическое изображение человека вообще <...> то <...> по тем же причинам не имел он права видеть и во второй части одну немецкую и художественную личность Гете вместо всеобщности человека или по крайней мере человека нашего времени». Сам критик думает, что поэтические образы нельзя ограничивать «мелким значением» и напоминает о толковании Шевыревым сцены с Еленой, которое принял Гете. «В этом случае показание Гёте существеннее всяких догадок, против которых так сильно и так справедливо восстает сам г. Вронченко»²⁶. Разбор Шевырева оказался удачным потому, что критик угадал мысли Гёте, его намерения. Но его догадка вовсе не была случайной. Шевырев угадал Гёте, потому что он, так сказать, угадал жизнь, стоящую за символическими героями трагедии.

Следуя системе философской эстетики, Киреевский также выделяет два направления, но уже не в эстетике, а в общественной жизни. В «Обзрении русской словесности за 1829 год» он рассматривает «два борющихся начала» — «филантропизм французский» и «немецкий идеализм». Однако, как считает критик, оба они едины в «стремлении к лучшей действительности»²⁷. Это стремление, по мнению Киреевского, уловил Пушкин и «выразил его сначала под светлую краской доверчивой надежды, потом под мрачным покровом байроновского негодования к существующему». Именно общность содержания приводит Киреевского к выводу: «Между безотчетностью надежды и байроновским скептицизмом есть середина: это уверенность в судьбу и мысль, что семена желанного будущего заключены в действительности настоящего...»²⁸.

Таково, пожалуй, центральное положение эстетики И. Киреевского в период любомудрия. Синтез оказывается переходом от бессознательного к сознанию, переходом, в котором «безотчетная надежда» преодолевает байроновский скептицизм, отыскивая ростки (или «семена») будущего в настоящем и, следовательно, не завершением, а продолжением, развитием, необходимым и для настоящего, и для будущего. Под синтезом понимается переход к будущему, начинающийся в настоящем. В литературе это — «поэзия жизни», так как объединяет то, «что напрасно называют классицизмом, с тем, что еще неправильнее называют романтизмом», то

²⁶ Киреевский И. В. Указ. соч. С. 217—218.

²⁷ Там же. С. 59.

²⁸ Киреевский И. В. Указ. соч. С. 59.

есть предназначение и свободу. Но ведь предназначение и свобода — две стороны жизни, и воспринимаются вместе как судьба... Завершая определенный этап, промежуток развития, она одновременно открывает новые возможности для совершенствования и изменения поэзии.

Говоря о «поэзии жизни», «поэзии действительности», Киреевский признает взаимосвязь между поэзией и реальностью, причем показывает их взаимоотношения как динамичные, изменяющиеся. Разъединение и отталкивание героев от жизни сменяется сближением и познанием. Возможность познать мир и есть знак преодоления «байроновского скептицизма». «Неужели в этом стремлении к жизни действительной нет своей особенной поэзии? Именно из того, что жизнь вытесняет поэзию, должны мы заключить, что стремление к жизни и к поэзии сошлись и что... час для поэта жизни наступил». Синтез, таким образом, также меняется в меняющемся мире и теперь предполагает не созерцание и наблюдение за соблюдением равновесия, а деятельное участие в творении действительности, не сглаживание противоречий, а их обострение.

Проблема синтеза возникла как универсальная философская и теоретическая проблема еще в эстетике немецкого романтизма. Романтики считали синтез неизбежным следствием естественных законов природы, опирающихся на известную борьбу противоположных точек мироздания.

Так, последователь Шеллинга Йозеф Геррес писал в предисловии к «Афоризмам об искусстве»: «В хаосе битвы отражается мир <...> Стяжение и растяжение — биение пульса природы...». Эта битва продолжается не только в природе, но и в политике, в науке, в искусстве»²⁹. Немецкий теоретик рассматривал ее как антитему «абсолютного и относительного», спор якобинства и роялизма, поэзии сентиментальной и наивной.

Идеи Герреса затрагивают всю совокупность человеческого бытия и познания. На что ни взглянет, он везде находит «один и тот же антагонизм между идеалистами, исходящими из центра и следующими по всем направлениям ко всем предметам знания, и реалистами, которые стремятся к центру от всех бесчисленных точек опыта»³⁰. Подробно разбирая раздвоение, присущее человеку, его мысли и чувству, Геррес, однако, ощущает потребность как-то преодолеть противоречия, отыскать «нечто третье, — что находится перед человечеством на огромном удалении, скрыто, к чему стремятся... и в чем все соединятся по внутренней склонности своей,

²⁹ Геррес Й. Афоризмы об искусстве // Эстетика немецких романтиков. М., 1987. С. 58.

³⁰ Там же. С. 59.

обнаружив притом, что все противоположности до конца слиты». Это «третье», общее для всех, не что иное, как идея «скрытого Бога», идеал, в котором все «должно соединиться единой цепью — единство не единообразия, но единосогласия»³¹.

Поиски гармонии и «единосогласия» приводят в конце концов любомудров и будущих славянофилов к идее синтеза. Гармония художественная не исключает противоречий, но они, по мнению Киреевского, в перспективе поэтической и стройной преобразуются, и «самые разногласия являются в ней не расстройством, но музыкальным диссонансом, который разрешается в гармонии»³². Одоевский в период любомудрия, размышляя о синтезе, приходил к тем же выводам. Однако он попытался применить его к развитию русской литературы и русской истории. Причем его построения касаются прежде всего просвещения и не столько формы, сколько содержания. В 1832 году в журнале «Европеец» И. Киреевский, пытавшийся систематизировать представления о романтизме, его задачах, особенностях, высказал похожую точку зрения.

Таким образом, критику не столь важно, каким способом достигается гармония (аналогом которой и служит в данном контексте «синтез»), его беспокоит результат: возникает ли гармония вообще, слились ли в ней диссонансы и т.п. Такой же подход сохраняется и в его рассуждениях об истории, прежде всего русской. В статье «Десятипятнадцатый век» рассматривается период «от римской империи до наших дней» и выделяются главные элементы образованности, слагаемые культуры: христианство, античный мир, языческое варварство. России, по мысли критика, не хватает классического мира античности. Нельзя сказать, что это не смущает его. Но затруднение преодолевается теоретическим положением о разрыве в европейской истории в середине XVIII века Пропущенное звено уже не влияет на уровень русского просвещения, ибо вообще просвещение народа зависит не от «суммы познаний», а только от «участия его в просвещении всего человечества».

Что же получается? Киреевский очерчивает путь культурного развития человечества, отмечает различие в фазах и степени образованности России и Европы, но принципиального значения подобным различиям не придает. Соприкосновения с европейским просвещением достаточно, чтобы немедленно получить долю в просвещении всего человечества. Восполнить же пробелы в просвещении никак не удастся, ибо невозможно «пережить снова всю прежнюю жизнь Европы»³³.

³¹ Там же. С. 60.

³² Киреевский И. В. Указ. соч. С. 110.

³³ Киреевский И. В. Указ. соч. С. 100.

Следовательно, вопрос о синтезе формально даже и не ставится: один из элементов безнадежно утерян. Однако же выход существует: «заимствовать его (просвещение. — *В.Г.*) прямо и водворить у себя без предыдущего, непосредственно применяя его к своему настоящему бытию»³⁴.

Разумеется, оторванность России от старого европейского просвещения воспринимается Киреевским как слабость, недостаток. Горячее желание его исправить диктует критику несколько искусственное разграничение двух этапов, с тем, чтобы избавить Россию от необходимости «догонять» древность. Таков Киреевский период любомудрия.

В 1839 году, вырабатывая новую славянофильскую концепцию, он уже откровенно радуется тому, что Россия не испытала влияния классического мира, древнего язычества. Суть античного влияния обозначена в статье «В ответ А.С. Хомякову» как рационализм, превращающийся, по удачному выражению Киреевского, в «логическое отрицание разума». Но из этого следует, что не всякое примирение и снятие противоречий Киреевский рассматривает как благотворное. Западная культура и цивилизация основаны на ложных логических посылах, они не способны к развитию. И даже западный романтизм осуждается Киреевским, так как он возник на основе прежнего язычества: «Не изнутри себя произвела она (церковь) новое искусство христианское, но прежнее, рожденное и воспитанное другим делом <...> направила к украшению своего храма». Блестящий и внешне привлекательный романтизм выразился в «поклонении язычеству»³⁵. Любопытно, что Киреевский не потрудился доказать эту мысль, настолько она кажется ему очевидной, и обвиняет романтическое искусство в том, что оно «теперь кланяется отвлеченным формулам философии»³⁶. Фактически современная западная философия (никем не определенная, не конкретизируемая) приравнивается здесь к язычеству. Чтобы вернуться к истинному христианству, следует обратиться к истокам внутренней красоты, заключенной в человеческой душе.

Список литературы

- Каменский З.А.* Московский кружок любомудров. М., 1980
Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М., 1995.
Манн Ю.В. Русская философская эстетика. М., 1998.

Поступила в редакцию
30.09.2011

³⁴ Там же.

³⁵ Там же. С. 148, 151.

³⁶ Там же. С. 151.

Н.Г. Ястребова, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой литературы ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева»; e-mail: ya.natalia-78@yandex.ru

ЖУРНАЛ С. Н. ГЛИНКИ «РУССКИЙ ВЕСТНИК» В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ И ЛИТЕРАТУРНОЙ ЖИЗНИ РОССИИ НАЧАЛА XIX ВЕКА

Статья посвящена исследованию истории журнала С.Н. Глинки «Русский вестник», его роли в политической и культурной жизни России XIX века. Доказывается, что журнал С.Н. Глинки был мощным средством антинаполеоновской пропаганды.

Ключевые слова: С.Н. Глинка, журнал «Русский вестник», Отечественная война 1812 года, средство антинаполеоновской пропаганды.

The article is dedicated to researching the history of S.N. Glinka's magazine "Russian Bulletin", its role in the political and the cultural life of Russia of the XIX century. The article demonstrates that S.N. Glinka's magazine was a powerful anti-Napoleonic publicity media.

Key words: S.N. Glinka, magazine "Russian Bulletin", the Patriotic War of 1812 year, anti-Napoleonic publicity media.

Начало XIX века было ознаменовано значительным ростом отечественной журналистики. Связано это было с тем, что при Александре I, занявшем престол в 1801 году, наступило некоторое оживление общественной жизни, и в результате которого смягчилось положение прессы и литературы. Количество журналов и альманахов резко увеличилось. Исследователь А.И. Комаров пишет: «В течение первого десятилетия XIX века было издано до 60 журналов. В следующее десятилетие количество изданий увеличивается еще более. Так, в 1813 году выходило 13 изданий общего характера, а в 1815 году — 21» [Комаров, 1950, с. 155]. Крупнейшими журналами того времени были «Вестник Европы» Н.М. Карамзина (1802—1830), «Северный вестник» И.И. Мартынова (1804—1805), «Лицей» того же издателя (1806), «Северный Меркурий» (1805), «Московский Меркурий» П.И. Макарова (1803), «Патриот» В.В. Измайлова (1804), «Цветник» П.А. Бенитцкого и А.Е. Измайлова (1809—1810), «Журнал российской словесности» Н.П. Брусилова (1805), «Журнал для милых» (1804), «Аглая» (1808—1810, 1812), «Дух журналов» (1815—1820), «Санкт-Петербургский вестник» (1812), «Корифей» (1802—1807), «Друг просвещения» (1804—1806), «Друг юношества» (1807—1815), «Русский вестник» (1808—1824), «Сионский вестник» (1806, 1817—1818), «Чтения в беседе любителей русского слова» (1811—1816).

Как нетрудно заметить, из перечисленных одним из самых долговечных наряду с «Вестником Европы» был журнал «Русский вестник», издававшийся С.Н. Глинкой. Предшественниками «Русского вестника» А.И. Комаров называет масонские журналы «Друг юношества» М.Н. Невзорова и «Сионский вестник» А.Ф. Лабзина, а также «литературные журналы, ориентировавшиеся на старые эстетические каноны» — «Корифей», «Друг просвещения» и другие.

Внешнеполитические события России первого десятилетия XIX века имели значительный общественный резонанс. Вся страна активнейшим образом обсуждала взаимоотношения России и Франции, заграничные походы русской армии. Яркой картиной светской салонной жизни с ее разговорами о русской внешней политике начинается, как известно, роман Л.Н. Толстого «Война и мир». В русском обществе начала XIX века в связи с политическими событиями чрезвычайно усилились антифранцузские настроения. Галломания подвергалась жесткой критике еще в литературе XVIII века (достаточно вспомнить произведения Н.И. Новикова, Д.И. Фонвизина, И.А. Крылова и других), к началу же XIX века неприятие Наполеона и французов достигло неимоверного размаха. Практически все писатели этого периода обращались к патриотической теме, а в творчестве С.Н. Глинки она стала центральной. Как пишет о С.Н. Глинке П.А. Вяземский, «чувства и цель его были общие с народным чувством и с народною потребностью: чувство любви к отечеству и стремление более и более знакомить Русских с Россиею»¹.

Еще задолго до 1812 года, когда необходимость борьбы с Наполеоном стала очевидной, С.Н. Глинка начал яростно бороться с галломанией. Первым орудием его борьбы стала литература. Позже, в 1812 году, писатель вооружится буквально, вступив в первое Московское народное ополчение. До этого времени свою патриотическую деятельность С.Н. Глинка вел через издаваемый им журнал «Русский вестник» — одно из популярнейших изданий начала XIX века. Журнал выделялся среди прочих прежде всего своей патриотической направленностью. В редакторских очерках, статьях, рецензиях, отзывах, в самом отборе материала С.Н. Глинка неизменно выступал обличителем Наполеона, его вероломных захватнических замыслов, он неустанно призывал соотечественников к борьбе с французами и всем французским. Постоянно обращаясь к страницам отечественной истории, Глинка стремился укрепить в соотечественниках чувство любви к родине, гордости за нее.

¹ Вяземский П.А. Сергей Николаевич Глинка // Глинка С.Н. Записки. М., 2004. С. 436.

Обратимся к замыслу издания журнала.

В первые годы нового века С.Н. Глинка совместно с Н.Н. Муравьевым основал в Москве две частные военные школы. «Муравьев взялся образовать молодых дворян для пополнения ими великого недостатка офицеров... Преподавая им высшие математические науки, он вселял в них и высокие чувства народной гордости. Глинка захотел быть просветителем донских казаков и принялся за ум и сердце пылких, диких мальчиков. Довольно грубым, но пламенным и им понятным языком вливал он в них любовь к познаниям и к великому их российскому отечеству»².

С.Н. Глинка не ограничивал свою деятельность только созданием школы, одновременно с этим он предпринял и издание журнала.

Огромный успех изданной в конце 1807 года брошюры графа Ф.В. Ростопчина «Мысли вслух на Красном крыльце», проникнутой ненавистью к французам и насмешкой над их подражателями и поклонниками, навел Глинку на мысль об издании журнала «Русский вестник». В № 102 «Московских ведомостей» 21 декабря 1807 года появилось объявление об издании нового журнала: «В книжной лавке на Никольской улице во флигеле Заиконоспасского монастыря, у книгопродавца Филиппа Сверчкова, принимается подписка на журнал под названием «Русский вестник», который состоять будет из 12 книжек, выдаваемых ежемесячно по одной. Содержанием сего журнала будет все то, что непосредственно относится к отечественному, как-то: о воспитании русских, их образе жизни и обыкновениях; о свойстве князей славянских и русских, о свойстве бояр и проч. звания людей, что все основано на исторических доводах. Издатель, желая по возможности соединять полезное с приятным, будет предлагать почтенным читателям русские исторические повести, многие исторические любопытные отрывки, которые никогда еще не были напечатаны; замечания о всем русском, достойном памяти каждого патриота. В сем же журнале будут помещаемы политические известия касательно токмо до России и известия о добродетельных деяниях, общепользных заведениях, открытиях и проч.»³.

После прочтения объявления о выходе «Русского вестника» граф Ф. В. Ростопчин писал С.Н. Глинке: «Отдавая должную справедливость перу и уму сочинителя “Сумбеки” и “Натальи боярской дочери”, увидел я обнародование ваше о “Русском вестнике”: хвалю столь же благородное намерение, сколько дивлюсь смелости духа вашего. Вы имеете в виду единственно пользу общую и хотите издавать одну русскую старину, ожидая от нее исцеления

² Дубровин Н.Ф. Русская жизнь в начале XIX века // Русская старина. 1900. № 10. С. 57.

³ Там же. С. 58.

слепых, глухих и сумасшедших; но забыли, что неизменное действие истины есть колоть глаза и приводить в исступление»⁴. Ростопчин поддерживает Глинку в его пламенной любви к отечеству, восхищается его мужеством писать исключительно о русской старине, но он полон скептических раздумий относительно того, кто же будет читать новый журнал: «Конечно, вас читать будут многие — все благомыслящие и любящие законы, отечество, государя (следственно и честь) отдадут справедливость подвигу вашему. Но для них прошедшее не нужно, ибо они сами настоящим служат примером. А как заставить любить по-русски отечество тех, кои его презирают, не знают своего языка и только по необходимости русские? Как привлечь внимание вольноопределяющихся в иностранные? Как сделаться терпимым у раздетых по моде барынь и барышень? — упрасивайте, убеждайте, стыдите, — ничего не подействует»⁵. Ростопчин полон негодования, прочитанное объявление о выходе национального журнала дает ему повод высказаться о наболевшем: «Для сих, отпадших от своих и впадших в чужие, вы будете проповедником, как посреди дикого народа в Африке. До сего одни лишь иностранные за наше гостеприимство, терпение и деньги ругали нас без пощады, а ныне уже и русские к ним пристаюют. Я не удивлюсь, если со временем найдется какой-нибудь бесстыдный враль, который станет нам доказывать, что мы не люди и что Бог создал одно наше тело, а души вкладываются иностранными по их благоусмотрению, что мы без них обратились бы в четвероногих, без их языка... и без их поваров ели бы траву и желуди»⁶. Мысли Ростопчина были чрезвычайно актуальны в первое десятилетие XIX в. Действительно, авторитет русской нации — в том числе, и среди самих русских — катастрофически падал. Говорить по-русски было не модно; аристократия, дворянство изъяснялись исключительно на французском (часто на плохом, искаженном, со множеством ошибок; «смесь французского с нижегородским»). Французское влияние коснулось не только языка, но и моды, кулинарии, обычаев. Все национальное русское объявлялось старомодным. В этих условиях активным носителем и верным хранителем языка, национальных традиций оставался простой русский народ. Лишь Отечественная война 1812 года смогла погасить непомерную любовь русских ко всему французскому. Наполеон, «покоритель Европы», оказался побежден простым русским крестьянином, поскольку не дворянство, а именно простой, неграмотный к тому же еще и крепостной народ сыграл решающую роль в исходе войны. Естественным образом личность русского мужика, кре-

⁴ Там же.

⁵ *Дубровин Н.Ф.* Указ. соч. С. 58—59.

⁶ Там же.

постного крестьянина станет идейным центром политической, экономической, культурной жизни России 20—30-х годов XIX века.

С началом издания «Русского вестника» была объявлена литературная война Наполеону.

Направление журнала Глинки ценилось многими. Характеризуя в целом творчество С.Н. Глинки, П.А. Вяземский писал о его журнале: «Полезнейшею эпохою литературной деятельности нашего автора было восемнадцатилетие, в которое издавал он “Русский Вестник”. По всей России, особенно в провинциях, читали его с жадностью и верою; столицы вообще все, более или менее, придерживаются космополитизма. Преимущественно в первые годы существования своего журнал имел историческое и политическое значение. Одно заглавие его было уже знамя. В то время властолюбие и победы Наполеона, постепенно поработывая Европу, грозили независимости всех государств. Нужно было поддерживать и воспламенять дух народный, пробуждать силы его, напоминая о доблестях предков, которые также сражались за честь и целостность отечества. Дух чужеземства мог быть тогда в самом деле опасен. Нужно было противодействовать ему всеми силами и средствами. В таких обстоятельствах даже излишества и крайность убеждений были у места. Укорительные слова: галломания, французолубцы, бывшие тогда в употреблении, имели полное значение. Ими стреляли не на воздух, а в прямую цель. Надлежало драться не только на полях битвы, но воевать и против нравов, предубеждений, малодушных привычек. Европа онаполеонилась. России, прижатой к своим степям, предлежал вопрос: быть или не быть, то есть следовать за общим потоком и поглотиться в нем, или упорствовать до смерти или до победы? Перо Глинки первое на Руси начало перестреливаться с неприятелем. Он не заключал перемирия даже и в те роздыхи, когда русские штыки отмыкались, уступая силе обстоятельств и выжидая нового вызова к действию»⁷.

Помимо критики французов, еще одной целью нового журнала было «возбуждение народного духа», напоминание русским об их славной истории. «Надобно вспомнить, — говорит М.А. Дмитриев, — надобно знать то время, чтобы понять всю важность появления “Русского Вестника”. Теперь о нашей старине твердят беспрестанно, а тогда — многие в первый раз слышали из “Русского Вестника” о царице Наталье Кирилловне, о боярине Матвееве, о Зотове, воспитателе Петра Великого, и в первый раз увидели их портреты. Кто первый, так сказать, натвердил нам об этих людях, тот, конечно, заслуживает и сам остаться в памяти»⁸.

⁷ Вяземский П.А. Указ. соч. С. 438.

⁸ Дубровин Н.Ф. Указ. соч. С. 62.

О памяти потомков, которую С.Н. Глинка заслужил своей патриотической деятельностью и своим патриотическим журналом, говорит и П.И. Шаликов: «Никогда и никакой журнал не исключая даже и “Английского зрителя”, не соответствовал так хорошо своему названию, как “Русский вестник”; никогда и никакой издатель не имел цели благороднейшей и полезнейшей. В нем все русское — не по одним только русским сочинениям, но потому, что он сообщает читателям своим о добродетелях, заслугах предков и современников, государей и правителей, людей общественных и частных; о полезных заведениях, об исторических памятниках, которые существуют или должны существовать. Это оружейная палата нравственных сокровищ, которыми сердце каждого россиянина должно радоваться, возвышаться и наслаждаться. Отважный ее архитектор имеет неотъемлемое право на живейшую благодарность соотечественников настоящих и будущих»⁹. П.И. Шаликов не случайно называет Глинку «отважным архитектором»: в первые годы XIX века прославлять национальное, русское, доказывать его превосходство над иностранным осмеливался не каждый.

По словам князя П.А. Вяземского, С.Н. Глинка угрожал своим пером всепобеждающему мечу Наполеона, тревожил его самоуверенность и честолюбие. В нравственном и политическом отношении «Русский вестник» имел «всю важность события, как противодействие владычеству наполеоновской Франции и как воззвание к единомыслию и единодушию предчумой уже в воздухе грозы 1812 года. Сей журнал имел неоспоримое и весьма сильное значение»¹⁰. В «Записках» С.Н. Глинка пишет: «Ну, слава Богу, — говорили москвичи, — порадовал нас “Русский вестник”; душа у нас приосанилась, русская наша честь устояла»¹¹.

Александр I внимательно относился к антинаполеоновской деятельности С.Н. Глинки, хоть и не поощрял ее, но в то же время и не запрещал, ограничиваясь молчанием. Но в эпоху всеобщего поклонения Наполеону русская литература вынуждена была подчиняться политическим требованиям. Императорское окружение порицало направление «Русского вестника». «Министр народного просвещения писал попечителю С.-Петербургского учебного округа, что в журналах наших возникают нелепые рассуждения от неразумяющих государственных политических соотношений»¹². К числу таких «неразумяющих» был отнесен и С.Н. Глинка. Цензурному комитету строжайшим образом было предписано воздержаться «позволять в периодических и других сочинениях оскорбительные

⁹ Дубровин Н.Ф. Указ. соч. С. 62.

¹⁰ Вяземский П.А. Указ. соч. С. 442.

¹¹ Глинка С.Н. Записки. М., 2004. С. 279.

¹² Дубровин Н.Ф. Указ. соч. С. 65.

рассуждения», ему надлежало проверять «издания с наибольшею строгостью по материям политическим, которых близко не могут видеть сочинители и, увлекаясь одною мечтою своих воображений, пишут всякую всячину в терминах неприличных»¹³.

Всем учебным округам было предписано не пропускать статей, содержащих «известия и рассуждения политические». Все сочинения должны были проходить жесточайшую цензуру. Но и в условиях строжайших запретов С.Н. Глинка продолжал свою деятельность, что доказывает смелость, убежденность издателя, демонстрирует патриотическую направленность его мировоззрения.

Книжки «Русского Вестника» были нарасхват, вызывали нерасположение не только к Наполеону, но и к представителям его в России, да и вообще ко всем французам как к агрессорам.

Мнения С.Н. Глинки, стремительно распространявшиеся в обществе, не могли ускользнуть от бдительного взора Наполеона. С.Н. Глинка в «Записках» приводит следующую историю. Узнав, что в Москву приехал А.Л. Нарышкин, начальник театров, Сергей Николаевич, служивший тогда при московском театре сочинителем и переводчиком, отправился к нему и застал его за чтением «Русского вестника». «Я непременно, — сказал Нарышкин, — представлю твой “Русский вестник” государю... Продолжай, брат, свое дело; ты крепко отстаиваешь нашу Русь святую, за то тебе и все говорят спасибо. Вчера я был в Английском клубе, и твоя последняя книжка, в которой ты повестил о Тильзитском мире, ходила из рук в руки»¹⁴. Между тем представители Наполеона в России зорко следили за политической и культурной жизнью страны. Французский посол в Петербурге, Коленкур, приказал перевести несколько статей из «Русского вестника» и в то время, когда Нарышкин вошел в кабинет императора Александра с журналом, вошел туда и Коленкур с жалобой на «Русский вестник» и с переводом статьи о Тильзите. «Вы видите, — отвечал Александр Коленкуру, — что я не знал о существовании этого журнала. Но я не мешаюсь в печатные мнения моих подданных: это дело цензуры»¹⁵. После этого, как вспоминает писатель, его цензору Мерзлякову был сделан выговор, а сам он получил от А.А. Майкова письмо, в котором тот извещал его об увольнении из московского театра «по политическим обстоятельствам». «Таким образом, — замечает С.Н. Глинка, — 1808 года выдержал я, будущий первый ратник московского ополчения, борьбу с Наполеоном»¹⁶.

¹³ Там же. С. 66.

¹⁴ Глинка С.Н. Указ. соч. С. 279.

¹⁵ Там же. С. 280.

¹⁶ Там же.

«Русский Вестник» был рожден своей эпохой, временем борьбы с Наполеоном и ревностно отражал эту борьбу на своих страницах. Естественно, что по мере того, как подходили к своему логическому завершению военные действия, постепенно и журнал утрачивал свое общественное значение. Это отмечает и П.А. Вяземский: «События развивались и, наконец, достигли цели. Из французских войск, нагрянувших на русскую землю, остались между живыми одни пленники. Русские два раза входили в Париж. Наполеон заключен на острове Святой Елены. С Наполеоном вместе пало и властолюбие Франции. Русские не злопамятны. Значение «Русского Вестника» утратило свою силу. Издание его продолжалось еще несколько лет, но не имело уже прежнего влияния. По горячим следам он еще несколько времени возглашал о подвигах новых Дмитриев Донских и Пожарских. Имена Кутузова, Платова и других сподвижников освобождения России и Европы озаряли и согревали страницы журнала, но всему есть предел и свое время... Глинка обратился тогда к другим литературным трудам, все в том же чистонародном и русском направлении, но уже, так сказать, не вооруженною рукою»¹⁷.

Издание С.Н. Глинки в целом носило ярко выраженный патриотический характер, все материалы были посвящены изображению русского национального характера. Именно это и является объединяющим началом для статей и очерков «Русского вестника», очень неоднородных по своему жанровому и тематическому составу.

Роль журнала «Русский вестник» трудно переоценить: появившийся в грозную военную эпоху, он стал серьезным оружием в борьбе с Наполеоном и с распространившейся в русском обществе того времени галломанией. Журнал способствовал патриотическому воспитанию, пробуждению и росту чувства национальной гордости.

Список литературы

Комаров А.И. Журналистика и критика 1800—1810-х гг. // Очерки по истории русской журналистики и критики. Т. 1. XVIII век и первая половина XIX века. Л., 1950.

Поступила в редакцию
06.12.2011

¹⁷ *Вяземский П.А.* Указ. соч. С. 442.

А.Р. Акчурина, аспирантка кафедры истории русской журналистики и литературы факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: vassa3004@list.ru

Н.М. КАРАМЗИН О М.В. ЛОМОНОСОВЕ. РЕФОРМЫ ЯЗЫКА ЛОМОНОСОВА И КАРАМЗИНА

Автор рассматривает статьи и иные материалы, написанные Н.М. Карамзиным о М.В. Ломоносове. На базе полученных сведений автор делает выводы о том, какой образ Ломоносова сложился в произведениях Карамзина, какие черты творческой деятельности этого великого русского деятеля он отметил особо и в чем видел его главные заслуги перед отечеством. Во второй части статьи исследуются языковые реформы Ломоносова и Карамзина, выделяются принципиальные различия между ними. В заключении автор приходит к выводу, что реформы языка обоих деятелей преследовали сходные цели.

Ключевые слова: статья, критика, писатель, языковая реформа, французский язык.

The author examines the articles and other materials written by N.M. Karamzin about M.V. Lomonosov. On the basis of derived information the author concludes what was the Lomonosov's image in Karamzin's writings, on what creative features of this outstanding Russian figure he made a special emphasis and what Karamzin considered to be Lomonosov's great services for the homeland. In the second part of the article Lomonosov and Karamzin's language reforms are investigated, the distinctions in kind between them are marked out. At the end the author comes to conclusion that the language reforms of both Russian personalities served the same purposes.

Key words: article, critique, writer, language reform, French language.

Имена Карамзина и Ломоносова, следующие в истории друг за другом, — довольно редкое явление. Как классики литературы они, бесспорно, принадлежат к одной весовой категории, но при ближайшем рассмотрении неизбежно возникает вопрос: что роднит ярчайшего представителя классицизма и главу сентиментализма в России? Направления эти во многом полярны друг другу, и закономерно предположение, что пути Ломоносова и Карамзина пролегают слишком далеко друг от друга. Тем не менее Карамзин, с уважением относившийся к литературной традиции, был прекрасно знаком с творчеством предшественника и в критических статьях нередко принимал ломоносовское наследие за отправную точку рассуждений.

О Ломоносове Карамзин написал немного, однако часто обращался к писателю в критике, стихотворениях и, смеем предположить, в мыслях. Самое крупное произведение, посвященное Ломоносову, — раздел в «Пантеоне российских авторов», вышедшем

отдельным изданием в 1802 году в Москве. Крупное — не совсем верное слово, ведь статья едва занимает страницу. В ней мы знакомимся со скудными фактами биографии и подробной авторской оценкой заслуг великого деятеля. Великого — несомненно, с первых слов Карамзин выдерживает статью в патетическом тоне — «рожденный под хладным небом Северной России», «пламенное воображение», «отец российского красноречия и вдохновенного стихотворства»¹.

Автор прежде всего говорит о Ломоносове как о «первом образователе нашего языка», который «открыл в нем изящность, силу и гармонию». Будучи литератором, Карамзин не мог не признавать достижений Ломоносова в этой области и, привнося в язык немало нового, отдавал дань уважения предшественнику. Однако о реформе языка мы подробнее скажем чуть позже.

Приведем еще одну, ключевую фразу о Ломоносове: «Гений его советовался только сам с собою, угадывал, иногда ошибался, но во всех своих творениях оставил неизгладимую печать великих дарований». «Иногда ошибался» — здесь уже автор «оды в прозе» превращается в тонкого дипломатичного критика, что всегда прекрасно удавалось Карамзину — говорить горькую правду с улыбкой. Пожалуй, в оценке Карамзиным Ломоносова лучше всего раскрывается его талант четко и объективно анализировать, избегая грубых фраз, насмешек и колкостей.

Сдержанную, аккуратную критику встречаем и далее: «...Мы судим, различаем и тем живее чувствуем его достоинство» («чувствуем достоинство», однако же и «судим»); «Для эпической поэзии нашего века не имел он, кажется, достаточной силы воображения, того богатства идей, того всеобъемлющего взора, искусства и вкуса, которые нужны для представления картины нравственного мира и возвышенных, иройских страстей. Трагедии писаны им единственно по воле монархини...» — последняя фраза звучит довольно смело для самодержавной России XVIII века, как если бы — «трагедии писаны из-под палки»; «Проза Ломоносова вообще не может служить для нас образцом; длинные периоды его утомительны, расположение слов не всегда сообразно с течением мыслей, не всегда приятно для слуха...». И даже в одах, которые Карамзин признает «драгоценностию российской музыки», отмечает он «слабые места, излишности, падения».

Вопрос о воображении Ломоносова, пожалуй, стоит обсудить отдельно. В рассуждениях на эту тему Карамзин противоречит сам себе: в самом начале статьи говорит о «пламенном воображении», а затем о его недостатке. Критерии оценки не совсем понятны:

¹ Карамзин Н.М. Избранные статьи и письма. М.: Современник, 1982. С. 71.

по мнению критика, для од воображения у Ломоносова вполне достаточно, а для героических поэм, как оказывается, нет. Карамзин, делая выводы о поэме «Петр Великий», не учитывает многих факторов, повлиявших на ее создание. Над поэмой Ломоносов трудился долгое время, приблизительно с 1756 по 1761 год, вынашивал невероятно глубокий замысел: уже в первых двух песнях автор сумел рассказать о нескольких важных исторических событиях (поход Петра I к Белому морю для обороны Архангельска, стрельческие бунты, взятие крепости Нотербург) и собирался продолжить «летопись в стихах». Писатель ставил себе более широкую задачу, чем просто создание высокохудожественного произведения. Перед ним стояла цель вывести на сцену человека новой формации, соответствовавшего идеалам Просвещения, таким образом поэма должна была нести не только литературную, но и философскую, общекультурную ценность. Карамзин рассматривал поэму Ломоносова исключительно с позиции литературного критика, однако, как мы видим, произведение нуждалось в углубленном анализе, и его оценка не могла сводиться к одной лишь критике поэтических достоинств.

О недостатках лирики Ломоносова Карамзин вскользь упомянул и в статье «О Богдановиче и его сочинениях», вышедшей в «Вестнике Европы» в 1803 году: «Богданович, утомленный арифметикою и геометрией, отдыхал за творениями Ломоносова, которого лира гремела и пленяла тогда россиян, еще нестрогих в поэзии, но уже чувствительных к великим красотам ее»². «Нестрогих в поэзии» — значит, нетребовательных, готовых с благодарностью принимать все, что предложат, даже если произведения автора далеки от идеала. И здесь же — «великие красоты».

Отдельные критические замечания не противоречат общей оценке творчества Ломоносова: Карамзин признает его «талант великого оратора», предрекает, что «Россия должна Ломоносову монументом» (как выяснится, не одним), и вписывает его имя в «книгу бессмертия» вместе с Пиндаром, Горацием, Руссо. С Пиндаром Карамзин сравнивал поэта и ранее — в четверостишии «К портрету Ломоносова» 1797 года:

«В отечестве Зимы, среди ее снегов, —
Сказал парнасский бог, — к бессмертной славе россов
Родись вновь Пиндар, царь певцов!»
Родился... Ломоносов³.

В ряду других литературных деятелей России Карамзин отводит Ломоносову почетное место. В том же «Пантеоне российских ав-

² Карамзин Н.М. Избранные статьи и письма. М.: Современник, 1982. С. 113.

³ Карамзин Н.М. Полное собрание стихотворений. Л.: Советский писатель, 1966. С. 234.

торов» в статье о Феофане Прокоповиче встречаем следующие строки: «В Феофане сияет уже заря российского красноречия; но, будучи предшественником Ломоносова, он не похитил у него славы быть нашим лучезарным Фебом»⁴. Вновь — красноречие и вновь — Ломоносов. И античное сравнение с Фебом — почти как о Пушкине, но с поправкой: «Солнце русской поэзии XVIII века».

Сравнивает Карамзин Ломоносова и с Сумароковым — в небольшой статье о драматурге из «Пантеона» читаем: «Имя Сумарокова было в свое время так же велико, как имя Ломоносова. Один славил Елисавету на лире и на кафедре академической; другой пленял ее чувствительность драматическими картинами на сцене. Оба талантами своими украсили и прославили время ее царствования. Имя того и другого напоминает счастливое рождение нашего нового стихотворства»⁵.

Из дальнейших упоминаний в различных работах Карамзина вырастает все тот же выпуклый образ гения, ознаменовавшего собой особую пору развития языка и литературы. В «Пантеоне русских авторов» знакомимся с периодизацией отечественной литературы по Карамзину: «Но истинный век авторский начался в России со времен Петра Великого: ибо искусство писать есть действие просвещения. Феофан и Кантемир составляют сию первую эпоху: за нею следует эпоха Ломоносова и Сумарокова; третьею должно назвать время Екатерины Великой, уже богатое числом авторов; а четвертой... мы еще ожидаем...»⁶.

Целая эпоха определена именем писателя, которого, по замечанию Карамзина, ценят даже за границей, в просвещенной Европе. В статье «О любви к отечеству и народной гордости» автор писал, что даже «самый худой французский перевод Ломоносова од»⁷ удостоился похвалы во французских и немецких критических журналах. С зарубежными журналами Карамзин всегда был знаком прекрасно: делал переводы, в период выхода «Московского журнала» выписывал крупнейшие европейские издания, из которых в каждый номер шла подборка статей и «анекдотов», и на его мнение в этом вопросе можно полагаться.

Ломоносов как реформатор языка значил для Карамзина если не больше, чем писатель, то и не меньше. Карамзин во многом шел по стопам Ломоносова, и пусть их реформы сильно различались, оба они стремились усовершенствовать русский язык. Произнося речь в Российской Академии в 1818 году, Карамзин упомя-

⁴ Карамзин Н.М. Избранные статьи и письма. М.: Современник, 1982. С. 68.

⁵ Там же. С. 72.

⁶ Там же. С. 75.

⁷ Там же. С. 96.

нул о системе, предложенной реформатором: «...Ломоносов, дав нам образцы вдохновенной поэзии и сильного красноречия, дал и грамматику...»⁸. Но времена менялись, и, по мнению Карамзина, нужна была новая, более основательная система, которую создавала Российская Академия. В речи Карамзин подвел краткий итог развития литературы XVIII столетия: мы «имели стихотворцев, писателей, но только одного истинно классического (Ломоносова)...». В одном из писем И.И. Дмитриеву Карамзин говорил о планах создать похвальное слово Ломоносову («хотелось бы написать...»⁹), но не успел, все силы труженика уходило на «Историю государства Российского».

Карамзин в свою очередь немало сделал для русского слога. В его преобразованиях можно проследить два направления: сближение литературного языка с разговорным (с некоторыми ограничениями, на которых мы остановимся отдельно) и ориентацию на европейские, в частности французские, языковые нормы. Известный филолог Б.А. Успенский в работе «Из истории русского литературного языка XVIII — начала XIX века» утверждает: «Требование писать, как говорят, — принципиально новое для России, оно знаменует решительный и демонстративный отказ от предшествующей (церковнославянской) культурной традиции и именно противопоставляется этой традиции...» [Успенский, 1985, с. 7]. И, как замечает Успенский, языковую программу принято связывать с именем Карамзина, приписывая ему роль «реформатора русского литературного языка». Исследователь даже проводит параллель между Карамзиным и Петром Великим: «Роль Карамзина по отношению к новому русскому литературному языку оказывается — в некотором смысле — аналогичной роли Петра по отношению к новой русской культуре...» [там же]. Теория «трех штилей» Ломоносова, напрямую связанная с церковнославянской традицией, в современную ему эпоху также внесла серьезные изменения в существовавший язык, и между двумя реформами наблюдается сильная взаимосвязь: оба преобразователя русского языка брали за основу литературные образцы из другого языка. Ломоносов равнялся на античные обороты, Карамзин — на французские, как справедливо отмечает К.С. Аксаков в речи «О Карамзине», «Доселе вся наша литература стояла на классических ходулях: отвлеченность, не принадлежащая (как действительность) даже никакому существующему народу. Неестественность их почувствовал Карамзин — <...> Карамзин двинулся на новый путь и увлек все за собою, на какой же путь, народный? — Нет, он переменял ходули на ходули:

⁸ Там же. С. 142.

⁹ Там же. С. 176.

ходули латинские и греческие, ходули древние — на ходули французские, германские, вообще на современные...»¹⁰

Европейская литература логически вытекала из современной жизни, и герои ее говорили на том языке, на котором говорили в парижских гостиных. Успенский, характеризуя реформу Карамзина, говорит о сильном западноевропейском влиянии не только на язык, но и на культуру в целом («...Принимается европейская система ценностей и европейская точка отсчета»), которое выражается в «стремлении организовать русский литературный язык по подобию литературных языков Западной Европы, т.е. поставить литературный язык в такое же отношение к разговорной речи, какое имеет место в западноевропейских странах» [Успенский, 1985, с. 13].

В каком же отношении находился литературный язык к разговорной речи в Западной Европе? Ответ на этот вопрос позволит вывести еще одну важнейшую черту реформы Карамзина. В программной статье «Отчего в России мало авторских талантов?» он писал: «...французский язык весь в книгах (со всеми красками и тенями, как в живописных картинах), а русский только отчасти; французы пишут как говорят, а русские обо многих предметах должны еще говорить так, как напишет человек с талантом»¹¹. Вырванная из контекста фраза «пишут как говорят» приводит к тому, что нередко реформа Карамзина толкуется искаженно, и говорящая как барышня крестьянка Лиза кажется неточно прописанным персонажем. Карамзин в представлениях о разговорной речи равнялся на то, как говорят между собой «сливки общества», на изящный полуфранцузский щебет, не смолкающий в салонах¹².

Тем не менее речь салонов Карамзин предлагал значительно менять и совершенствовать, а из французского и других европейских языков заимствовать отдельные слова и синтаксические конструкции. Карамзин, даже в заимствовании, оставался новатором, выступал за создание новых форм: «Что ж остается делать автору? Выдумывать, сочинять выражения; угадывать лучший выбор слов; давать старым некоторый новый смысл, предлагать их в новой связи, но столь искусно, чтобы обмануть читателей и скрыть от них необыкновенность выражения!». Отмечают подобное стрем-

¹⁰ Аксаков К.С. О Карамзине. Речь, написанная для произнесения пред симбирским дворянством (1848) // Карамзин: pro et contra. СПб.: РХГА, 2006. С. 646.

¹¹ Карамзин Н.М. Избранные статьи и письма. М.: Современник, 1982. С. 102.

¹² Б.А. Успенский пишет: «Язык карамзинистов явно ориентируется на разговорную речь светского общества или, иными словами, на социальный диалект дворянской элиты. В статье “Отчего в России мало авторских талантов?” Карамзин ссылается прежде всего на речь “лучших домов”, т.е. beau monde’a, рассматривая совершенствование этой речи как необходимое условие создания литературного языка...» (Цит. по: [Успенский, 1985, с. 41]).

ление и исследователи деятельности Карамзина: «Ориентируясь на французский синтаксис в отношении порядка слов, Карамзин может в то же время отрицательно относиться к буквальным переводам с французского, т.е. к синтаксическим и фразеологическим калькам, — постольку, поскольку такого рода кальки могут противоречить естественным навыкам русской речи, воспринимаются как неестественные...» [Успенский, 1985, с. 29].

Таким образом, Карамзин ни в коем случае не стремился превратить русский язык в жалкое подобие французского, как полагал, к примеру, глава литературного общества «Беседа любителей русского слова» А.С. Шишков. В «Рассуждении о старом и новом слоге российского языка» он подверг критике статью «Отчего в России мало авторских талантов?» и особенно его возмутило то, что Карамзин призывал опираться на иностранный язык: «...Чем больше будем мы думать о французском языке, тем меньше будем знать свой собственный»; «Но когда мы от самой колыбели своей вместе с молоком сосем в себя любовь к французскому и презрение к своему языку, то каких можем ожидать талантов, какого процветания словесности, каких редких произведений ума?»¹³.

О Ломоносове Шишков в той же работе отзывался очень лестно, что символично. Архаиста Шишкова отнюдь не смущали церковнославянизмы и заимствования из древнегреческих оборотов в основе творчества Ломоносова, просто потому что «так было раньше», тогда как славянофил Аксаков сразу упомянул про античные «ходули». Шишков в оценке поэзии Ломоносова делал неверные выводы о том, что его талант якобы сформировался сам по себе: «...лирика, равного Ломоносову, конечно, нет во Франции: Мальгерб и Руссо их далеко уступают ему; откуда же брал он образцы и примеры? Природа одарила его разумом, науки распространили его понятия, но кто снабдил его силою слова?»¹⁴. Конечно, мысль о том, что поэтический дар Ломоносова зародился в самом сердце Архангельской губернии и явил миру образцы русского языка без каких-либо примесей, крайне привлекательна¹⁵, однако реформа Ломоносова все же во многом опиралась на предшествующую языковую традицию. Церковнославянский язык, ставший основой

¹³ Шишков А.С. Рассуждение о старом и новом слоге российского языка. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. С. 161; 169.

¹⁴ Там же. С. 147.

¹⁵ Нельзя не упомянуть, что и Н.М. Карамзин пытался дать похожее объяснение феномену М.В. Ломоносова: «Теперь талант образуется у нас случайно. Natura и характер противятся иногда силе обстоятельств и ставят человека на путь, которого бы не надлежало ему избирать по расчетам обыкновенной пользы или от которого судьба удаляла его. Так, Ломоносов родился крестьянином и сделался славным поэтом» (Цит. по: Отчего в России мало авторских талантов? // Карамзин Н.М. Избранные статьи и письма. М.: Современник, 1982. С. 103).

для реформы Ломоносова, и теория «трех штилей», известная еще с античных времен, — вот с каким материалом работал литератор. О преимуществах древнегреческого слога писатель говорил, например, в «Предисловии о пользе книг церковных в российском языке»: «Отменная красота, изобилие, важность и сила эллинского слова коль высоко почитается, о том довольно свидетельствуют словесных наук любители»¹⁶.

Ломоносов и Карамзин, оглядываясь на опыт других стран и предшествующих поколений, хотели прежде всего улучшить родной язык и сохранить его самобытность. И здесь, кажется, у реформаторов не возникало никаких расхождений. В «Письме о правилах российского стихотворства» Ломоносов отмечал: «Первое и главнейшее мне кажется быть сие: российские стихи надлежит сочинять по природному нашего языка свойству, а того, что ему весьма несвойственно, из других языков не вносить»¹⁷. В статье «О любви к отечеству и народной гордости» Карамзин сравнивал русский язык с французским, сравнение оказывалось явно в пользу первого: «Оставим нашим любезным светским дамам утверждать, что русский язык груб и неприятен; что *charmant* и *seduisant*, *expansion* и *vareurs* {Прелестный, обольстительный, изливание, воспарения (*франц.*). — *Ред.*} не могут быть на нем выражены; и что, одним словом, не стоит труда знать его. <...> Язык наш выразителен не только для высокого красноречия, для громкой, живописной поэзии, но и для нежной простоты, для звуков сердца и чувствительности. Он богаче гармонию, нежели французский; способнее для изливания души в тонах...»¹⁸

Ранее, в «Письмах русского путешественника», Карамзин, говоря о нравах английского высшего света, отмечал, что в лучших лондонских домах с неохотой говорили на французском языке, хотя прекрасно его знали: «У нас всякий, кто умеет только сказать: “*Comment vous portez-vous?*”, без всякой нужды коверкает французский язык, чтобы с русским не говорить по-русски, а в нашем так называемом хорошем обществе без французского языка будет глух и нем. Не стыдно ли? Как не иметь народного самолюбия? Зачем быть попугаями и обезьянами вместе?»¹⁹.

Мысли о связи языка и «народного самолюбия» посещали Карамзина на протяжении долгого времени. В уже упоминавшейся статье «О любви к отечеству и народной гордости» (заголовок также говорит о многом) он рассуждал следующим образом: «Есть

¹⁶ Ломоносов М.В. Избранные произведения. Л.: Советский писатель, 1986. С. 473.

¹⁷ Там же. С. 465.

¹⁸ Карамзин Н.М. Избранные статьи и письма. М.: Современник, 1982. С. 97.

¹⁹ Карамзин Н.М. Письма русского путешественника. М.: Правда, 1980. С. 462.

всему предел и мера: как человек, так и народ начинает всегда подражанием; но должен со временем быть *сам собою*, чтобы сказать: “Я существую морально!”. Теперь мы уже имеем столько знаний и вкуса в жизни, что могли бы жить, не спрашивая: как живут в Париже и в Лондоне? <...> Хорошо и должно учиться; но горе и человеку и народу, который будет всегдашним учеником!». Приведенные слова как нельзя лучше доказывают, что Карамзин никогда не стремился просто-напросто наводнить родной язык кальками из французского.

Вопрос о реформе языка — прежде всего вопрос идейный. Как для Карамзина, так и для Ломоносова язык был не только средством для изображения художественной действительности, но и неотъемлемой частью народной жизни, одной из основ государственности. В конце «Предисловия о пользе книг церковных в российском языке» Ломоносов изложил свои взгляды на то, как сильно развитие национального языка влияет на создание славы страны: «...С падением оного [родного языка] без искусных в нем писателей немало затмится слава всего народа»; «Где древней язык испанской, галской, британской и другие с делами оных народов? Не упоминаю о тех, которые в прочих частях света у безграмотных жителей во многие веки чрез переселения и войны разрушились. Бывали и там герои, бывали отменные дела в обществах, бывали чудные в натуре явления; но все в глубоком неведении погрузились. <...> Счастливы греки и римляне перед всеми древними европейскими народами. Ибо хотя их владения разрушились и языки из общенародного употребления вышли, однако из самых развалин сквозь дым, сквозь звуки в отдаленных веках слышен громкой голос писателей, проповедающих дела своих героев, которых люблением и покровительством ободрены были превозносить их купно с отечеством»²⁰. Сохранение истории страны, ее традиций — ради этой цели, по мнению Ломоносова, и стоит менять язык, чтобы суметь донести сведения до следующих поколений.

Карамзин и Ломоносов, каждый в свое время, делали русский язык более современным, иначе говоря, устанавливали канал связи с будущими поколениями. В XXI веке этой цели служат постоянно обновляющиеся электронные устройства, в веке XVIII единственным способом общения оставался только язык. И каждый реформатор словно передавал эстафету последователям, добивавшимся одной цели. При передаче «эстафетной палочки» функции одного реформатора завершались, и в права владения вступал другой. Метко сказал критик В. Г. Белинский, что Карамзин «не сде-

²⁰ Ломоносов М.В. Избранные произведения. Л.: Советский писатель, 1986. С. 473.

лал всего, как не сделал всего Ломоносов», однако оба смогли вовремя разглядеть потребности века, и, «следовательно, обоим им равно принадлежит вечная честь великого подвига...»²¹. Не сделав всего, Ломоносов и Карамзин сделали многое — заложили фундамент современного русского языка, живого и многогранного.

Список литературы

Успенский Б.А. Из истории русского литературного языка XVIII — начала XIX века. Языковая программа Карамзина и ее исторические корни. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1985.

Поступила в редакцию
18.11.2012

²¹ *Белинский В.Г.* Николай Алексеевич Полевой // Карамзин: pro et contra. СПб.: РХГА, 2006. С. 359.

Л.В. Прудникова, соискатель кафедры истории русской литературы и журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова;
e-mail: prydnychok@mail.ru

ЖУРНАЛ «МАГАЗИН АНГЛИЙСКИХ, ФРАНЦУЗСКИХ И НЕМЕЦКИХ НОВЫХ МОД...» В.И. ОКОРОКОВА

В статье рассказывается о женском журнале «Магазин английских, французских и немецких новых мод...», издававшемся в 1791 году В.И. Окороковым. Обнаружены новые, ранее не известные сведения об издании. Устанавливается периодичность выхода журнала, стоимость подписки, а также исследуются возможные причины его закрытия. Автор уделяет особое внимание анализу текстов литературных произведений и публикаций о модах из европейских столиц.

Ключевые слова: литературный журнал, журнал мод, женщина, В.И. Окороков, Н.И. Новиков, первая журнальная иллюстрация, публикация.

The article tells about the female magazine “The Shop of English, French and German New Fashions...” published in 1791 by V.I. Okorokov. There has been found out new data on destiny of the edition. In the article periodicity of magazine issuing, cost of subscription are established, and also the possible reasons of magazine closing are investigated. The author gives particular attention to the analysis of texts of literary works and publications about fashions from the European capitals.

Key words: literary magazine, fashion magazine, woman, V.I. Okorokov, N.I. Novikov, first journal illustration, publication.

Женские журналы появились в России в конце XVIII века. Первое издание для дам называлось «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета». Его редактором и издателем был Н.И. Новиков в 1779 году. Журнал выходил сначала в Санкт-Петербурге, затем в Москве. За год было издано четыре книги. Изучая женские литературные журналы в России, нам важно определить, кто смог продолжить начатое Новиковым дело. Удивительной находкой явилось обнаруженное в Музее книги Российской Государственной библиотеки издание под названием «Женская уборная комната», выходившее в Москве в 1781 году.

Данное исследование посвящено третьему женскому журналу в России, который вышел в 1791 году. Он носил длинное название — «Магазин английских, французских и немецких новых мод, описанных ясно и подробно, представленных гравированными на меди и иллюминированными картинками; с присовокуплением описания образа жизни, публичных увеселений и времяпрепровождений в знатнейших городах Европы; приятных анекдотов и др.».

Его редактором и издателем был Василий Иванович Огороков (родился в 1758 году, дата смерти не известна). Он был сыном веневского купца и дворянки из Тульского уезда, получил хорошее образование в Московском Императорском университете. В молодые годы он служил в сенатской Межевой экспедиции, а затем вышел в отставку в чине подпоручика. В 1788 году через посредничество своего родственника А.А. Светушкина Огороков принял от Н.И. Новикова руководство университетской типографией, а вскоре приобрел и сенатскую. В 1791—1793 годах он издавал журнал «Чтение для вкуса, разума и чувствований», выходивший в Москве в качестве приложения к газете «Московские ведомости».

Параллельно Огороков предпринял попытку возобновить начатое Новиковым дело — выпуск журнала для слабого пола. Издатель понимал существенную необходимость в создании такого журнала, предпосылки возникновения которого таились в изменении общества: в XVIII веке люди стали все больше стремиться к просвещению, осознавать ценность знания и его роль в развитии прогресса.

Женщина, находящаяся в тени мужчины, старалась отстаивать свои права на образование, собственное мнение, независимость. Екатерина II способствовала улучшению положения женщин, предоставив им возможность учиться. В планы императрицы входило создание новых образовательных учреждений. Для реализации своих идей Екатерина II прибегла к помощи И.И. Бецкого. Внебрачный сын фельдмаршала И.Ю. Трубецкого, общественный деятель, он взял на себя разработку реформы российского образования. В 1763 году опубликовал «Генеральное учреждение о воспитании обоего пола юношества». В нем говорилось о необходимости воспитать в России «новую породу или новых отцов и матерей»¹ путем организации закрытых воспитательно-образовательных учреждений, в которых дети должны пребывать с 5—6 лет до 18-летнего возраста.

В 1764 году по проекту Бецкого основан Смольный институт при Воскресном Новодевичьем (Смольном) монастыре в Петербурге. Названный «Воспитательным обществом благородных девиц», институт вместе с организованным здесь же училищем для малолетних девушек недворянского происхождения («мещанским училищем») должен был стать по воле Екатерины II центром женского образования.

В 1786 году императрица утвердила Устав народных училищ с целью обучения девушек из непривилегированных сословий. В училищах обучали чтению, письму, катехизису, священной истории, элементарному курсу грамматики и арифметики, рисованию.

¹ Собрание учреждений и предписаний касательно воспитания в России обоего пола благородного и мещанского юношества. Т. 1. СПб., 1789. С. 1—11.

Будучи вовлеченной в общественную жизнь, женщина нуждалась в расширении кругозора. Она не могла оставаться несведущей в моде, все больше стараясь быть похожей на европейскую особу. Тщательно выбеленное лицо, искусно выведенные брови, алые губы, сильно зашнурованные корсеты, десятки подъюбников, искажающая походку тесная обувь... Облик утрачивал естественные черты. Формировался новый тип женщины, которая нуждалась в новом издании о моде. В.И. Окорочков создает журнал смешанного типа, в котором очерки о моде сочетаются с литературной частью.

Журнал мало изучен, о нем почти нет упоминаний. В справочном издании по истории русской журналистики «Русская периодическая печать (1702—1894 гг.)»² сведений о журнале не обнаружено. В работе исследователя А.Н. Неустроева «Историческое разыскание о русских повременных изданиях и сборниках за 1703—1802 гг.» [Неустроев, 1874] указывается на объявление в «Московских ведомостях» (№ 33, апрель 1791 г.) о подписке на новый журнал. Также в работе Неустроева нами найдена краткая информация о периодичности выхода, стоимости журнала, перечисляются опубликованные материалы, но кто был издателем «Магазина...», один человек или несколько, Неустроев не знал. В исследовательской литературе встречаются неверные сведения. Например, в статье Л.В. Сокольской «Первые женские журналы для российских читательниц (конец XVIII — первая половина XIX века)» [Сокольская, 2006, с. 19] утверждается, что журнал был малого формата, это не соответствует действительности, так как реальный его размер А2, как и размер новиковского «Модного ежемесячного издания», изданного в 1779 году.

Ежемесячный журнал «Магазин английских, французских и немецких новых мод...» интересен для исследователя потому, что представляет собой редкий смешанный тип издания: статьи о моде сочетаются с литературными произведениями.

Три книги составляли часть, вышло девять книг с апреля по декабрь 1791 года. Объем каждой книги одинаковый, приблизительно сто страниц. Распространялся журнал по подписке, которая принималась на все девять номеров. Подписная цена составляла 6 рублей в Москве, в других городах из-за необходимости пересылки — 8 рублей. Подписчики остались неизвестны. Как уже говорилось выше, формат журнала был А2. Печатался «Магазин» на шероховатой плотной бумаге в типографии Московского университета, владельцем которой являлся издатель. Заглавия материалов украшались красивыми виньетками. Кому принадлежат публикации — загадка. Стилистические и синтаксические особенности публикаций, язык, обращение к читателям не заставляют сомневаться в принадлежности литературных произведений разным ав-

² Русская периодическая печать (1702—1894 гг.). Ч. 1. М., 1959.

торам. Издатель зачастую поясняет (иногда в сносках), откуда получено сочинение: например, доставлено из Берлина, переведено с немецкого или обнаружено во французском журнале.



Первый номер обозначен специальным знаком издателя. Очевидно, это латинские первые буквы его имени и фамилии в круглой рамке из листьев.

Так называемые владельческие знаки получили распространение с середины XVIII века. У типографии Московского университета их было несколько. История марок — история аренды типографии. Большинство из них представляло собой инициалы владельцев типографий.



Так выглядела марка родственника В.И. Окорокова, А.А. Светушкина, который являлся арендатором типографии Московского университета с мая 1788 по декабрь 1788 года.



Вензельное переплетение двух Н — знак, принадлежавший Н.И. Новикову, бывшему арендатором типографии в 1779—1789 годах. Стоит заметить, что данная марка помещалась на обороте титульного листа каждой книги «Модного ежемесячного издания, или Библиотеки для дамского туалета», в отличие от «Магазина английских, французских, немецких новых мод», где марка В.И. Окорокова напечатана один-единственный раз в апрельском номере.

Первая книга журнала так же, как и все последующие, начинается с «Одобрения», автором которого был ученик М.В. Ломоносова Антон Алексеевич Барсов, филолог, профессор красноречия Московского университета, цензор, языковед. Он принимал участие в составлении Словаря Российской академии. Барсов как цензор одобрял публикации материалов, не имеющих ничего предосудительного. Больше в «Одобрении» никаких сведений о журнале не было.

Для нас особый интерес представляет литературная часть издания, которая заметно меньше модной. Она представлена произведениями различных жанров: театральными рецензиями, стихотворениями, небольшими очерками и анекдотами.

Издатель в первом номере пообещал, что анекдоты должны доставить дамам «чтение приятное с полезным»³. Они включали

³ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 7.

в себя интригующий сюжет, непредсказуемую трагическую концовку, любовную линию, различные ее перипетии, мораль в заключение. Можно предположить, что такие произведения пользовались успехом у читательниц. В анекдоте под названием «Пещера любви» рассказывалось о двух влюбленных Генрике и Ангелике, их страсть была «нежна и непорочна». Но родители богатой Ангелики не разрешали ей выходить замуж за Генрика, который не имел ничего, кроме своего горячего сердца. Из-за запрета видеться влюбленным пришлось бежать и прятаться в пещере близ моря, где их застала буря и прилив, они погибли. Автор сожалеет о тех, кого разлучали при жизни, а соединили в одном гробу.

Странно, что подобные истории с трагичным завершением в журнале назывались анекдотами. Анекдотом в наше время принято считать короткую смешную историю. Однако в «Словаре русского языка XVIII века» анекдотом назывался «рассказ, история, первоначально о тайных событиях, затем о любопытных, достопамятных». Анекдот мог быть «любопытным, забавным, трогательным, печальным, смешным, трагическим»⁴. В книге исследовательницы О.Д. Минаевой «Отечества умножить славу...», посвященной М.В. Ломоносову, объясняется, что «слово “анекдот” в XVIII веке означало рассказ — любой, не обязательно смешной, в том числе рассказы о личной жизни, отношениях с людьми или бытовые подробности» [Минаева, 2011, с. 7]. Получается, что «Пещеру любви» автор вполне оправданно называет анекдотом.

В апрельской книге было обещано, что читатель познакомится в следующем номере с описанием нового балета «Псиша» (то есть Психея), представленного с «великой похвалою» в Лондоне. Действительно, издатель сдержал обещание и разместил театральную рецензию в майском номере. Читатель должен был вообразить сцену, на которой возведен дворец короля и статуя Венеры, вдали плещется море. Мы видим Зефира, он играет, прыгает, машет в ожидании друга Купидона, который является и раскрывает тайну своего сердца — он влюблен в героиню балета принцессу Псишу. Она красива, ею восхищаются и люди, и боги. Одна Венера недолюбливает принцессу и пытается препятствовать ее счастью с Купидоном. Вместе с героями мы оказываемся и в «стране Ада», и на Олимпе, и на свадьбе героев. После подробного описания действия автор материала отметил красоту декораций. Ранее Ад не был представлен «со всеми ужасами, как при сем случае, и мучения Псиши действовали правдоподобно, что многие от страха громко кричали»⁵.

⁴ Словарь русского языка XVIII века. Вып. 1. Л., 1984. С. 70.

⁵ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 109.

Восхитило автора материала действие машин, за отлично выполненную работу постановщика господина Буле встречали с рукоплесканиями.

Билет на балет стоил дорого — около четырех тысяч рублей. Рецензия с точным описанием действия оказалась как нельзя кстати для тех, кто не мог себе позволить посмотреть представление. Сюжет рассказанной истории очень занимателен. Пересказывая балет, автор пишет простым, доступным языком. Он старается заинтриговать читателя, и это ему с успехом удается. Все события описаны эмоционально, они развиваются динамично, читателю явно симпатична главная героиня Псиша, которая претерпевает различные испытания, но в итоге обретает счастье. Анекдот заканчивался свадьбой двух влюбленных Купидона и Псиши. Развязка лиричной истории, на наш взгляд, вполне удовлетворяла желание читателя видеть полюбившихся героев счастливыми.

«Магазин английских, французских и немецких новых мод» призвал женщину быть красивой не только внешне, но и внутренне, ведь красота — прежде всего, духовное качество человека. Главное украшение женщины — благонравие, считает издатель. Он приводит слова Плавта: «благонравие может почестся наилучшим из всех зеркал зеркалом»⁶.

В журнале встречаются материалы, которые заставляют понять, что материальное — не суть истина. Стихи, переданные издателю «Магазина...» «одной почтенной особой», совпадали с позицией автора в отношении к модам, богатству и различным безделицам:

Красавицы, не читесь за модой вслед бежать,
Искусством не учитесь натуру украшать...
Без лент, цветов и красок,
Без толстых обручей,
Она в простом наряде умеет дух пленять...⁷

Возможно, упоминание о некой почтенной даме вымышлено, это редакторский ход.

Конечно, в журнале для милых дам не могло не быть стихотворений на любовную тему:

В жару любви чрезмерной
Надежда редко льстит,
В любви нелicenseрной
Вид, голос, все страшит.
Уже давно я таю
В любви к тебе, мой свет,
Но! Ах! Еще не знаю,
Любим я или нет!

⁶ Там же. С. 5.

⁷ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 128.

От зари до поздней ночи
Сердце испускает стон,
И мои слезящи очи
Позабыли сладкий сон⁸.

Наши попытки найти автора стихов не увенчались успехом. В.И. Окорочков размещал в журнале стихотворные произведения не очень высокого художественного уровня. Он учитывал опыт Н.И. Новикова, который адресовал «Модное ежемесячное издание...» образованным женщинам, способным осилить «Метаморфозы» Овидия. Окорочков, издавая «Магазин...», рассчитывал на читательниц не столь утонченных. Все лучшие литературные силы были в «Московском журнале» Н.М. Карамзина: Г.Р. Державин, М.М. Херасков, И.И. Дмитриев и др.

Нельзя не отметить интересное письмо-наставление светской дамы к своей деревенской племяннице. Женщина советует уделять внимание лишь знатым мужчинам, изыскивать людей, «кои полезны могут быть», а тех, которые уже сослужили службу, стоит отдалить от себя, как «выведшую мебель»⁹. Автор раскрывает сущность богачей того времени. Кто знает, может, в письме какая-нибудь светская львица узнала в этой тетушке себя и, дай бог, поняла, как ничтожны были ее мысли и поведение!

Несмотря на то, что в «Магазине» достаточно объемно представлена литературная часть, этот журнал сложно назвать только литературным, потому что большинство материалов — развернутые очерки о моде. Исследователь А.Н. Неустроев назвал журнал «первым модным журналом в России» [Неустроев, 1874, с. 709].

В журнале есть описания мод из многих мировых столиц, материалы об образе жизни элитной прослойки европейского общества, описания экипажей, мебели. Исследователь А.Н. Неустроев писал о журнале: «Не по одному только названию, а по самому содержанию своему журнал вполне выполнял ту программу, которая обозначена на самом его титульном листе...» [там же, с. 709].

Неверным является утверждение Л.В. Сокольской, что «весьма любопытные сведения из Лондона, Парижа и Берлина» [Сокольская, 2006, с. 19] никакого отношения к модам не имеют. Напротив, очерки о европейских странах представляют собой сплошное описание модных туалетов, мебели, экипажей.

В ходе исследования нами был обнаружен автореферат кандидатской диссертации, посвященной истории женской прессы в России. Его автор, К.Л. Митрохина, исследуемый нами журнал причисляет к «информационно-практическим изданиям модной

⁸ Там же. С. 132.

⁹ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 2. М., 1791. С. 79.

тематики» [Митрохина, 2007, с.9]. С этим мнением можно согласиться, 70% статей посвящено описанию европейской жизни.

В каждой части присутствуют сообщения о модах в трех мировых столицах: Лондоне, Париже и Берлине. Дополнительно опубликованы обширные письма о Берлине, с образом жизни берлинцев знакомит читателя неизвестный немецкий житель.

Письма о Берлине составляют заметный объем от всего опубликованного в «Магазине» материала, они дают возможность читателю познакомиться с менталитетом, образом жизни жителей Берлина, с их манерой одеваться. Статьи написаны иногда иронично, что делает материалы живыми и нескучными. Приверженцев моде автор называет «богатыми обезьянами», а немцев причисляет к «насекомым», которые заканчивают свое «краткое существование, не быв почти никем примеченными»¹⁰. Диалоги мужа и жены помогают понять, что немцы народ сдержанный и лишней роскоши себе не позволяют. Жена, разглядывая модный журнал, обращается к супругу: «Жизнь моя! Куда как желала бы я сшить кисейное платье», на что муж отвечает ей: «Душенька! Я охотно купил бы тебе кисеи, но пошлина с нее высока»¹¹. Причины безучастности немцев к роскоши и увеселениям автор видел в отсутствии двора, где «главным упражнением были бы только моды», сетовал на отсутствие театров. В единственном оперном театре актеры одеваются и безвкусно и немодно: «полный их наряд представляет из себя подвижную галантерейную лавку»¹². В Германии носят присланные из Франции вещи, перенимают все то, «что лишь бы в глаза бросилось». Перед читателем предстает страна, где нет ни моды, ни красоты, ни роскоши, где скучно и тоскливо, где даже актеры не являются примерами для подражания...

Немецкие моды сменяют английские, читатель погружается в мир празднеств в Лондоне. Перечисляются красиво украшенные блюда за обедом на Святки. Дорогими приборами сервирован стол, пища разнообразна. Моды в Лондоне — это подражание французской моде, но если «англичанин захочет поесть и погулять, то ест он уж и пьет много и хорошо»¹³. В Англии «кучер носит пуговицу и кокарду назад на шляпе, далее парик с круглым локоном из белой шерсти, потом широкий сюртук или рокелор, похожий на шлафрок, на котором находится по 4, 5 воротничков»¹⁴. Чтобы сде-

¹⁰ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 78.

¹¹ Там же. С. 36.

¹² Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 83.

¹³ Там же. С. 36.

¹⁴ Там же. С. 44.

лать шею толстой и прямостоящей, англичанин под косынку подкладывает шелковую подушечку, «на хлопчатой бумаге стеганную»¹⁵.

В публикациях анонимного автора из Лондона речь шла о зимних публичных увеселениях в городе, комедиях, операх, концертах, балах, объяснялось, что такое рауты. Они «держаны были, прежде всего, в Оперном доме, а прошедшею зимою в Пантеоне. Каждый имеет туда свободный вход за одну гинею (7 рублей) и за что безденежно пьет там кофе, чай и лимонад»¹⁶. Сообщалось, что пантомимические балеты, в которых играет Арлекин, очень любимы англичанами, дорогие декорации стоят того, чтобы их посмотреть. Никакой театр в Европе не может сравниться с лондонским в пышности и богатстве.

Обзоры мод из Англии и Германии дополнялись обзорами из других стран, например из Дании. В этой стране «стараясь тиранским шнурованием образовать тонкую талию, а ноги, которые большей частию бывают велики, заключаются в столь узкую обувь, что и ходить тяжело»¹⁷. Искусство румяниться не достигло еще совершенства, поскольку «Натура» и без того украсила дамские лица датчанок цветом здоровья. Здесь большие дома, пышные экипажи, принято подавать разнообразные кушанья, редкие вина, развит интерес к карточной игре. Автор рассказывал о разнообразных клубах в Копенгагене, где гости проводят время с обеда до ужина. Клубы отличаются один от другого, в одном — играют в игры, в другом танцуют или слушают музыку. Датчане большие театралы, зрительный зал в местных театрах обычно переполнен.

В журнале не игнорировали и моды, распространенные в Польше и Голландии, в России. В Москве, к примеру, «на грудь надевают закладку или рубашечку из итальянского или из простого флеру на вздержке...»¹⁸. «Голова причесывается буклями, вески же подрезываются наравне с ушами, на волоса накладывают ленты с перьями и цветами, на голове шляпка “Наподобие колокола”, кои одеваются на один бок с гирляндами из цветов и из лент с перьями...»¹⁹.

Большой объем от всего материала составляли описания жизни во Франции. Париж предстал перед читателями как олицетворение роскоши, французская мода культивировалась, француженки считались воплощением изящества и красоты: «парижские наши жители поют и танцуют, а парижанки наши убираются опять по-

¹⁵ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 3. М., 1791. С. 164.

¹⁶ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 53.

¹⁷ Там же. С. 43.

¹⁸ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 124.

¹⁹ Там же. С. 127.

шегольски»²⁰, несмотря на то, что «многие колеса в государственной машине скрипят, а некоторые и совсем не вертятся»²¹.

Журнал издавался в самый разгар Великой французской революции. Судя по всему, автор не мог не отметить острую политическую ситуацию во Франции. В апрельской книге, рассуждая о модах в Лондоне, автор сообщил о новой драме в Национальном театре. В разгар действия англичанин провозглашает: «Бог! Да помилует короля!»²². Возглас свидетельствует о сочувствии королю Людовику XVI, который покинул Париж, переодевшись лакеем.

На протяжении всех книг «Магазина» нами обнаружено несколько сведений о политических событиях во Франции. Составитель писем вскользь, между прочим, даже побаиваясь, затрагивает острую тему. В октябрьской книге встречается еще одно упоминание о политических событиях во Франции: «При всех угнетающих нас бедствиях не увидишь никаких признаков того в веселых наших беседах, в бесчисленных театрах»²³. В третьей части ноябрьской книги упомянуто, что короля и королеву снова можно увидеть в театре. Л.В. Сокольская утверждает, что в «Магазине...» под модными статьями закамуфлированы политические известия: «Из журналов мод русские читательницы екатерининской поры получали довольно точное представление о политических событиях в Западной Европе» [Сокольская, 2006, с. 20]. Нам представляется это утверждение преувеличенным. Невозможно ожидать от купца Окоорокова политической позиции в обстановке, когда в 1789 году не был продлен Новикову срок аренды университетской типографии, а в 1790 году началось следствие над А.Н. Радищевым, автором «Путешествия из Петербурга в Москву».

Даже Карамзин, проявивший (до 1793 года, до якобинских ужасов) сочувствие к восставшим французам в «Московском журнале», мог позволить себе только печатание биографий Клопштока и Франклина, рецензии на спектакли парижских театров (см.: [Пирожкова, 1978, с. 15]). В.И. Окоороков ограничивался модами, стихами, анекдотами...

В журнале встречаются и статьи по воспитанию детей. Женщин призывают держать колыбель в своей комнате и кормить младенцев грудью. В XVIII веке светские женщины все меньше кормили детей материнским молоком, модно было иметь кормилицу. Балы, клубы, занятия пением, танцами и другие увеселительные мероприятия занимали большую часть их жизни. На ребенка совсем не оставалось времени. Модный журнал берет на себя смелость дать

²⁰ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 3. М., 1791. С. 29.

²¹ Там же.

²² Там же. С. 34.

²³ Там же. С. 29.

понять читательницам, что семья и материнство должны быть первостепенны. Встречаются советы по воспитанию младенцев. Например, мальчиков после трех лет не стоит много кормить и не давать много спать, иначе вырастут «тупыми и непонятными»²⁴.

«Магазин» перенасыщен европейскими модами, читатель зачастую оказывался «в царстве благородного волосоподвигательного искусства», где «господствуют шиньоны наподобие дули, а также *Boucles preflous, on demiformeetes*, то есть придавленные букли»²⁵. Исследователь А.Н. Неустроев писал о журнале: «Не по одному только названию, а по самому содержанию своему журнал вполне выполнял ту программу, которая обозначена на самом его титульном листе...» [Неустроев, 1874, с. 709].

Ценным историческим материалом являются картинки, раскрашенные вручную, на которых изображены дамы и щеголи в роскошных туалетах. Например, мы знакомимся с изображением дамы в парадном платье, «на манер королевиной», наряд ее состоит из испанского пикинета, белого платка, корсета и юбки (рисунок № 5), дамы в турецком сюртуке (рисунок № 3), с новым «платьем по фантазии», снятом с одной французской дамы (рисунок № 4), с платьем неглиже (рисунок № 20), а также встречаются картинки с изображением экипажей, например дезоближана, наиболее популярной в Лондоне двухместной кареты, а также новомодные головные уборы, например «пчелиный улей» (рисунок № 23).

Стоит обратить внимание на интересные названия причесок и платьев. В.И. Огороков перенял опыт Н.И. Новикова. В «Модном ежемесячном издании, или Библиотеке для дамского туалета» мы встречаем удивительные названия причесок и головных уборов, например «Чепец победы», «Расцветающая приятность», «По манеру шишака Минервина или по-драгунски», «Раскрытые прелести». В «Магазине...» В.И. Огорокова прически называются «Наподобие небесной тверди», с описанием: «на гладких волосах встречаются букли, кои представляют звезды на сем подвижном небосклоне»²⁶. Платья тоже носят интересные названия «Эвфразиново» или «Амадисово».

Журнал был направлен и на мужскую читательскую аудиторию. Представителям сильного пола наверняка были интересны описания мужских мод: «щеголи наши носят фраки и сюртуки с цветным высокостоящим бархатным воротником, черные чулки и черное казимировое исподнее платье с ленточками, перчатки из тигровой

²⁴ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 33.

²⁵ Там же.

²⁶ Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее... Ч. 1. М., 1791. С. 117.

кожи»²⁷. Далее автор представляет, как бы смотрелся подобный туалет на нашем богатыре: «Вообразите себе и убойтесь!»²⁸.

«Магазин английских, французских, немецких новых мод» просуществовал с апреля по декабрь 1791 года, меньше года. Он закрылся внезапно, об этом свидетельствуют незаконченные материалы и анонсы об их продолжении в следующих номерах. Можно предположить, что причины закрытия связаны с занятостью В.И. Огорокова делами типографии Московского университета и с изданием журнала «Чтение для вкуса, разума и чувствований».

Возможно, существовали проблемы материальные, поскольку журнал состоял из переводных статей о жизни в европейских столицах, и на содержание переводчиков требовались немалые средства.

Стоит учесть, что издание могло не найти отклика у читательской аудитории, которая не готова была еще к столь навязчивой популяризации моды и роскоши. Причины прекращения нельзя установить окончательно.

«Магазин английских, французских, немецких новых мод...» занимает важное место в истории русской журналистики, представляет собой издание смешанного типа, соединение в одном журнале модной и литературной части. «Магазин...» положил начало целому ряду подобных изданий: «Дамскому журналу» в 1823 году, «Листку для светских людей» в 1843, «Модам для светских людей» в 1850, «Ласточке» в 1859, «Модному магазину» в 1861 году..

Список литературы

Минаева О.Д. Отечества умножить славу... М., 2011.

Митрохина К.Л. Эволюция и типология российской женской прессы в 1779—1861 гг.: Автореф. дисс. ... канд. фил. наук. М. 2007.

Неустроев А.Н. Историческое разыскание о русских повременных изданиях и сборниках за 1703—1802 гг. СПб., 1874.

Неустроев А.Н. Указатель к русским повременным изданиям и сборникам за 1703—1802 гг. и к историческому разысканию о них. СПб., 1898.

Пирожкова Т.Ф. Карамзин-издатель «Московского журнала» (1791—1792 гг.). Лекции. М., 1978.

Сокольская Л.В. Первые женские журналы для российских читательниц (конец XVIII — первая половина XIX века). М.: Библиосфера, 2006.

Поступила в редакцию
09.12.2011

²⁷ Там же.

²⁸ Там же.

ЯЗЫК СМИ

В.Н. Суздальцева, доцент кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

СЛОВО В МИФОЛОГИЗИРОВАННОЙ МОДЕЛИ МИРА

Статья посвящена рассмотрению современных политических мифов, которые, как отмечается в статье, по-прежнему играют важнейшую роль в создании масс-медийной картины мира. Описываются те вербальные средства, с помощью которых формируются новые мифы. Выявляются языковые механизмы реконструкции и трансформации мифов, уже существовавших.

Ключевые слова: социальные и политические мифы, мифологизированная модель мира, вербальные конструкторы мифа.

The article is dedicated to the analysis of the contemporary political myths which according to the article are still playing the important role in creation of mass media world picture. There is a description of the verbal means that help the new myths to be formed. There have been determined the language mechanics of reconstruction and transformation of the already existing myths.

Key words: social and political myths, mythologized model of world, verbal constructs of myth.

В периоды посткризисной нестабильности в обществе возникает потребность в интерпретации происходящего и усиливается поиск эталонных поведенческих моделей, которые обеспечат эту интерпретацию и помогут самоидентифицироваться. Удобными схемами интерпретации и поведенческими образцами продолжают оставаться социальные и политические мифы, то есть «преувеличенные или искаженные представления о действительности»¹, которые, как известно, «обычно воспринимаются обществом не как вымысел, а как естественное положение вещей»². Поэтому мифологизированное объяснение истории и современности по-прежнему одна из ярчайших черт политического дискурса сегодняшней России. А выявление языковых механизмов современного мифотворчества — одна из важнейших задач коммуникативистики.

Некоторые теоретические предпосылки изложенного ниже исследования:

1. Формирование мифа происходит с опорой на:

¹ Крысько В.Г. Словарь-справочник по социальной психологии. СПб.: Питер, 2003. С. 149.

² Там же.

а) архетипические реакции, заложенные в общенациональной ментальности;

б) предзнания, заключенные в когнитивной базе — семантическом ядре культурного пространства. Например, названия молодежных движений «Молодая гвардия», «Наши» связаны с представлениями и знаниями, которые сложились в советские военные годы, — позитивный миф. А дериват *нашизм* (созвучное — *нацизм*) выражает, соответственно, резко отрицательное отношение к движению и — опосредованно — к власти, которая его поддерживает.

2. Рецептивные установки (т.е. исходные позиции восприятия)³ массовой аудитории и «успешность», вживляемость мифа обусловлены психологическими потребностями общества в данный момент (например, миф о «плохой власти», который время от времени возобновляется в российских СМИ первого десятилетия XXI века, обусловлен обычным для большинства людей «поиском врага» в некомфортной ситуации; миф об СССР как о самой доброй и справедливой стране нет-нет да и возвращается в последние годы вследствие недовольства сложившейся картиной материального неравенства).

3. Мифологическая модель, перенесенная на современные ситуации, воздействует «на подсознательный уровень» [Почепцов, 2004, с. 148] массовой аудитории и программирует ее реакции. Этими реакциями могут быть: а) согласие с информацией, принятие ее; б) обновление восприятия; в) эмоционально-психическое подавление, подчинение чужому мнению.

Способы, которыми осуществляется такое программирование:

— сообщение новой информации, которая чем-то привлекательна для реципиентов (чаще всего она облечена в гиперболические формы), и акцентированное повторение ее — приводит к принятию мифа;

— шоковое воздействие, которое приводит реципиента в состояние когнитивного диссонанса⁴ — так можно добиться и обновления восприятия, и подчинения;

— загруженность (и перегруженность) однотипной эмоциональной, аффективной информацией — приводит к подавлению. Суггестивность (внушаемость) в результате возрастает.

Все три способа следует отнести к «аргументам *ad hominem*» [лат. 'к человеку'] — риторическим приемам, которые используются

³ Боров Ю.Б. Эстетика. Теория литературы: энциклопедический словарь терминов. М.: Астрель: АСТ, 2003. С. 362.

⁴ Крысько В.Г. Указ. соч. С. 101.

для «психологического давления на оппонента в процессе аргументации»⁵.

4. Очевидно, что, исследуя миф, нужно принимать во внимание две его стороны: план содержания и план выражения. Средства выражения — это прежде всего вербальные элементы: любой миф оформлен словесно. Вербально миф может конструироваться по-разному. Два основных способа: 1) пересказ, изложение мифа в его сюжетно-композиционном развертывании (у Е.И. Шейгал это миф-нарратив [Шейгал, 2004, с. 141]) с помощью обычных средств языка (так излагаются, например, мифы в книге Н. А. Куна «Легенды и мифы Древней Греции»); 2) вербальные «сгустки» мифа. Это тем или иным способом акцентируемые отдельные слова, сочетания слов или целые фразы, в которых концентрируется основной смысл мифа. Например: «...*певцеубийца* Царь Николай (анжанбеман. — В.С.) / Первый» (М. Цветаева) — об императоре Николае I — акцентирующая оценочная метафора; Николай *Кровавый* — об императоре Николае II после расстрела демонстрации 9 января 1905 г. — постоянный эпитет, включавшийся даже в учебники истории советских времен. «*Коммунизм есть советская власть плюс электрификация всей страны*», «*Коммунизм — это молодость мира, и его возводит молодым*» (каждая из фраз отражает одну из основных сторон мифа о коммунизме) — акцентировалось многократным повторением.

Такие семантически наиболее значимые вербальные единицы назовем вербальными конструктами мифа.

Помимо вербальных, существуют конструкты невербальные: артефактно-вещные (казенный колокол — разбитый или с вырванным языком), скульптурно-монументальные (например, «Медный всадник» Фальконе в Санкт-Петербурге. Раздавленный змей под копытами коня вводит эту скульптурную метафору в иконографический ряд Всадник-драконоборец [Соболева, 2006, с. 151—153], Всадник-победитель) и некоторые другие.

5. Каждый миф имеет смысловое ядро, и вербальные и невербальные конструкты, с одной стороны, устремлены к этому ядру, формируют его, являясь его оболочкой. А с другой стороны, они служат сигналами, вызывающими в сознании реципиента представление о мифе. Иллюстрацией этого может служить миф о Лужкове, бывшем на протяжении 17 лет мэром Москвы.

Смысловым ядром мифа о Лужкове явились понятия: «добросовестный труженик», «работяга» и «хозяйственник», вообще «ра-

⁵ Москвин В.П. Выразительные средства современной русской речи. Тропы и фигуры. Терминологический словарь. 3-е изд., исправл. и доп. Ростов-н/Д: Феникс, 2007. С. 140.

чительный хозяин». В российской коллективной ментальности эти понятия всегда были социально одобряемыми и соотносились с представлением «свой» (вспомним: оппозиция «свой/чужой» — это одна из основных оппозиций для знаков политического дискурса [Шейгал, 2004, с. 112—113]. Вербальными средствами создания и поддержания этих представлений стали: 1) номинации: всяческое обыгрывание фамилии, но всегда — с положительными эмоциональными коннотациями: *Лужок* (шутливое прозвище); *лужковские* (почтительное) — ежемесячные доплаты пенсионерам из фонда г. Москвы; «*Больше лужков, парков и скверов!*» — лозунг в связи с мероприятиями по озеленению и благоустройству Москвы; «*Папаша Лу и дедушка Зю*» — заголовок МК — о Лужкове и Зюганове и некоторые другие. Здесь вольность в обращении с фамилией в сочетании с коннотацией дружелюбной шутливости — свидетельство отсутствия официальности в отношениях — это сигнал «с в о й»; 2) обыгрывание тех средств языка, которые акцентируют, что деятельность осуществляется для народа. Например, атрибутивный компонент «*народный*» в одной из последних акций «*Народный гараж*». Одно из значений прилагательного *народный* — ‘тот, который для народа’ (см. прежние: *Народный университет миллионов*, *Народный артист*. Или современное: *Народный* адвокат (‘адвокат для народа’) — название программы на радио «Русская служба новостей» — 17.01.11); 3) на миф «работало» и апеллирование к дореволюционным и потому воспринимающимся теперь как содержащие положительную сему номинациям. Таково *градоначальник*, которое активизировалось в СМИ именно в последнее десятилетие правления Лужкова (интересно, что Большой толковый словарь русского языка пока что дает его как обозначение дореволюционной России⁶). Ироничная почтительность, сопровождавшая номинацию, подчеркивала, что так назван тот, кто печется о городе, заботится о его жителях: опосредованно — сигнал «свой».

На представления «*труженик*», «*работяга*», то есть «свой», работали и элементы невербальных семиотических рядов: а) одежно-костюмного — пресловутая кепка — символ простоты (не шляпа!) и отсылка к Ленину. И шутливая вербализация этой детали в названиях: «*Царь-кепка*» (газета Московское Яблоко, 1999, октябрь, № 7); «*Дело в кепке*» — публицистический ТВ-фильм (НТВ, октябрь 2010); б) скульптурно-монументального, где некоторые атрибуты акцентировали эти же представления — памятник Ю. Лужкову ра-

⁶ Градоначальник — ‘В России до 1917 года: должностное лицо с правами губернатора, управляющее каким-либо городом, выделенным из губернского подчинения в особую административную единицу’ // Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. СПб.: Норинт, 2001. С. 224.

боты З. Церетели: в дворницком фартуке, с дворницкой метлой. *Дворник* в российской ментальности — также слово-сигнал. Для советских интеллигентов 70—80-х гг. это одно из проявлений диссидентства, независимости неординарной личности от общепринятых стандартных норм поведения. Одновременно это опять-таки свидетельство демократизма: интеллигент, ушедший «в дворники», не гнушается никаким физическим трудом, то есть *труженник*, *работяга*, т.е. «свой». Забавно, что, согласно данным СМИ, шутивым прозвищем нынешнего мэра Москвы С. Собянина в его бытность губернатором Тюменской области, было «*Сергежа-дворник*» — в напоминание о том, что при нем тюменские улицы стали стремительно преображаться (Новые Известия, 16.11.05).

Именно выбор в качестве смыслового ядра мифа о Лужкове как о хорошем главе города понятия «свой» сделал миф уязвимым: вся та информация, которая показала: «чужой», способствовала очень быстро опровержению мифа в сознании массовой аудитории.

* * *

Политическая борьба и политические дискуссии последнего десятилетия не столько конструировали новые политические мифы, сколько опирались на мифы, уже существовавшие, сводясь к их восстановлению, либо к их опровержению. Таковы, например, попытки возродить миф о Сталине — великом вожде, об СССР как самой справедливой стране, миф о Ельцине-демократе, активизировавшийся сразу после его смерти в 2007 году и в феврале 2011 года, в дни празднования его 80-летия. В этом проявляются особенности политической коммуникации: «Эффективная коммуникация не столько задает новые сообщения, сколько подключается к уже имеющимся в массовом сознании представлениям» [Почепцов, 2004, с. 148]. Это же и одна из особенностей человеческой познавательной деятельности вообще: новая информация легче воспринимается и усваивается на фоне старой, в сопоставлении с ней. Слова являются сигналами, пробуждающими или высвобождающими необходимые для восприятия мифа или его переосмысления реакции. Остановимся на некоторых из наиболее распространенных в последнее десятилетие способов вербальной реконструкции/переработки мифа.

1. **Апеллирование к прецедентному имени**, которое всем кругом своих семантических и ассоциативных связей опровергает прежний миф. Например: «Павел I — русский *Гамлет*» (название ТВ-документального фильма — ТВ-Культура, 23.06.10); «Самодержавный *Дон Кихот*» — название выставки в Историческом музее, посвященной 180-летию коронации императора Николая I (ноябрь 2006 — январь 2007 года).

В русской исторической традиции, особенно XX века, и Павел I, и Николай I трактуются в координатах негативных мифов, в которых акцентируется внимание только на отрицательных сторонах их деятельности. Николай I — палач декабристов, гонитель Пушкина («*невцеубийца*»), махровый консерватор, насаждавший цензуру, жесткую дисциплину, душитель свобод. Павел I — полусумасшедший самодур, вводил муштру на прусский манер, пытался строго регламентировать жизнь дворян и горожан (например, императорским указом определялось, в какое время жители города должны гасить свет, запрещалось ночью перемещаться по городу всем, кроме врачей и повивальных бабок [Кулюгин, 2004, с. 378]), ввел цензуру и запреты на многие издания, жестоко расправлялся с инакомыслием. Прецедентные имена: *Гамлет*, *Дон Кихот* — взламывают рамки этих мифов. Они имеют круг безусловно положительных ассоциативных связей и в русском, и в мировом культурном пространстве. К обоим именам можно отнести определение «рыцарь печального образа»: в одиночку вступает в борьбу с реальным (*Гамлет*) или кажущимся (*Дон Кихот*) злом; обречен на непонимание и насмешки, но побеждает всех возвышенностью своей борьбы. В концептосфере российской лингвокультуры восстание против зла, правдоискательство и бескорыстие всегда были приоритетны. Русский человек — «человек совести» [Колесов, 2007, с. 503]; для русского человека стремление к справедливости, совесть — внутренние регуляторы должного отношения к другим людям [там же, с. 503]. Правда и праведность — родственные понятия и входят в число константных концептов⁷. И эти архетипические реакции оказываются влиятельней, чем прежние мифы о Николае I и Павле I. Через шоковое воздействие происходит опровержение прежнего мифа, создается новый миф, правда, такой же односторонний, как и прежний. Теперь это возвышенная интерпретация образов данных исторических личностей.

2. Шоковое воздействие, приводящее опять-таки к переосмыслению мифа, осуществляется за счет акцентированного использования и других вербальных средств, вступающих в семантический конфликт с предзнанием и семантико-стилистическим узусом реципиента. Таковы, например, окказионализмы, вводящие старый миф в новые и противоречащие прежним связи. Например: «*Крепостные герои*» — название документального ТВ-фильма Алексея Пивоварова о защитниках Брестской крепости. Название семантически и произносительно соположено прецедентному феномену *Брестская крепость* (прецедентная ситуация, инвариант

⁷ Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. 3-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2004. С. 466, 877.

восприятия которой [Красных, 2002, с. 72] у всех одинаков: оценочное ядро мифа заключено в слове *герой*. *Крепостной* в российской концептосфере также занимает особое место: является символическим обозначением несправедливости и бесправия человеческой личности вообще. Столкновение этих представлений привносит в семантическую структуру мифа новые компоненты: *герои* — объект восхищения, безмерного уважения; *крепостные* — модально-оценочное [Солганик, 1981, с. 56] слово, оно не только высказывает сочувствие воинам, но и косвенно выражает осуждение тех советских руководителей, которые обрекли защитников крепости на страшную участь. Произошло расширение прежнего мифа, раньше — оценочно однонаправленного. Миф модифицировался в сторону большей объективности.

3. Такой же семантический конфликт создается, когда новейшие, отмеченные «престижностью» на данном синхронном срезе оценки и характеристики применены по отношению к какому-либо лицу, событию из прошлого (при вторичной мифологизации). Например, *эффективный менеджер* — о Сталине (в СМИ и в Интернете 2009—2010 годов). Затем — о Берии — в программе Антона Хрекова «НТВшники» («Верните Берию!» — НТВ, 26.11.10). Неожиданность характеристики, ее явственно ощущаемая анахроничность производят шоковое воздействие и обновляют восприятие.

4. Приведенные выше примеры иллюстрируют тезис о том, что миф чаще строится с опорой на эмоции, а не на разум [Шейгал, 2004, с. 136].

Еще один способ — нагнетание эмоций — а м п л и ф и к а ц и я (приводит к суггестивности и автоматическому принятию мифа). Она осуществляется при насыщении текста:

- а) словами, семантика которых вызывает однотипные эмоции;
- б) словами, выражающими однотипные (в плане оценки) эмоции;
- в) лексикой элятивной семантики.

С помощью приема а м п л и ф и к а ц и и организован, например, очерк А. Колесниченко «Тайны поместья Сталина»⁸, направленный против попыток возродить миф о Сталине как о мудром и великом руководителе страны:

«57 лет назад Иосифа Сталина хватил удар. 5 марта вождь скончался — там же, на “Ближней даче”, в Подмосковье... Это было его логово, его любимый “домик с огородом” и второй, после кремлевского, рабочий кабинет... Здесь отец народов в узком кругу обсуждал и принимал решения, от которых зависела жизнь миллионов советских людей и судьбы мира...» и т.д.

⁸ Колесниченко А. Тайны поместья Сталина // АиФ. 2010. № 9. С. 48—49.

Вербальными средствами, концентрирующими негативный смысл, рисующими негативный образ и опровергающими миф, здесь являются:

1) нарочитая грубость фразы, которой начинается публикация: «57 лет назад Иосифа Сталина хватил удар» (заявлено отвращение автора материала к тому, кого снова пытаются возвеличить);

2) обозначения с коннотацией пренебрежительности: *логово, палил по воронам, выписывать... непредвиденные кренделя, болтовня с плоскими шуточками* (косвенная отрицательная оценка);

3) детализирующая лексика семантики уничижения. Она выражает нижний уровень тимиологической оценки, то есть «оценочного ранжирования» [Шейгал, 2004, с. 121]: *опасавшийся засад и покушений* (трусость), *любимые заношенные тапки вождя, мыться... предпочитал..., сидя в ванной с низкими бортиками на подвесной скамеечке* (убожество). Здесь «умаление значимости превращается в принижение и унижение, что в свою очередь оборачивается отстранением и отчуждением» [там же, с. 122];

4) детализирующая лексика дискредитирующей семантики; указывает на негативные черты характера: *...за любимыми заношенными тапками вождя, в спешке забытыми во время одной из поездок на Кавказ, запросто могли сгонять самолет* (самодурство); *а вот спойть соратников и гостей было его любимой забавой* (самодурство, жестокость); *был там и американский винчестер. Именно из него Сталин чаще всего палил по воронам, чьи крики мешали ему работать* (жестокость); *с его подачи был заведен обычай: проигравшие [в бильярд. — В.С.] лезут под стол* (садизм);

5) злая ирония: социальные обозначения дореволюционной, царской России употреблены по отношению к партийно-советскому руководителю: *поместье Сталина, советская знать, советский самодержец*;

6) Хвалебные номинации, которые со времен разоблачения культа личности не приняты в СМИ: *отец народов, вождь* — несобственно-авторская речь. Оценочность существительного *вождь* в постперестроечных СМИ переосмыслена и употребляется с коннотацией насмешливости и даже издевки. И в очерке вкрапления чужой речи опосредованно отражают авторское язвительное отношение и опосредованно же указывают на качества характера (непомерное тщеславие, самолюбование);

7) номинация *Хозяин* — обозначение, принятое в криминальных сферах (преступность действий);

8) *диктатор, тиран* — негативная точка зрения автора статьи.

5. Насыщение текста лексикой элятивной семантики, во-первых, создает эффект гиперболичности (это одна из стилеобразующих черт мифа). Во-вторых, оно подавляет реци-

пиента, особенно при ограниченности его предзнания и лишает его возможности критически оценивать информацию (фидеистичность, то есть примат веры над разумом, — один из системообразующих признаков политического дискурса [там же, с. 55]. С помощью лексики элятивной семантики чаще всего строятся мифы, героизирующие того, кто делается объектом мифологизации. Типичный пример — радиограмма, посланная Сталину советскими летчиками М.В. Водопьяновым, И.Д. Папаниным, О.Ю. Шмидтом и другими, когда они совершили посадку в районе Северного полюса 25 мая 1937 года (публикация «Новой газеты»):

«С непередаваемыми радостью и гордостью выслушали мы слова приветствия руководителей партии и правительства... Это советский период исследования и освоения Арктики, это тот период, когда вы лично, товарищ Сталин, выдвинули задачу освоения Севера, когда вы лично указали план и средства и тем неизменно продолжаете поддерживать полярников руководством и вниманием. Нет большего счастья, чем быть в своей области исполнителем ваших великих идей, нет большей радости и гордости, чем получить ваше одобрение, наш дорогой вождь и учитель»⁹.

Выделенные в тексте слова, а также дважды акцентирующее «*вы лично*», создают свойственный мифу гиперболический эффект («одним из важнейших лингвистических механизмов мифообразования... является гиперболизация» [там же, с. 135]). Пример показателен еще в одном отношении. Аффективность выражения, гипнотически действующая на сознание воспринимающего, способна легко изменить смысл обозначенного и переставить акценты. Подвиг совершен покорителями Севера, а лексика предельной семантики называет Сталина. Получается, что покорение Северного полюса — личный подвиг Сталина. Аффективность языковых средств отодвигает реальность, фальсифицирует ее.

6. Еще один способ фиксации мифа — многократное повторение в одном и том же или разных, но параллельно создаваемых текстах одних и тех же вербальных единиц, представляющих собой «смысловые сгустки» мифа (коммуникативный результат — суггестивность восприятия).

Так, в публикациях СМИ, сообщающих о смерти Б.Н. Ельцина (четыре года назад), и в недавних выступлениях, акциях (конец января — начало февраля 2011 года), связанных с празднованием его 80-летия, акцентированно употреблялось прилагательное «*первый*»: «Умер Борис Николаевич Ельцин — *первый* президент России» (Газета, 24.04.08); «Прощание с *первым* президентом России пройдет в Храме Христа Спасителя» (там же); «*Первый* президент

⁹ Меленберг А. Бульонные кубики им. тов. Сталина // Новая газета. 2007. № 19.

России уходит в вечность» (Аргументы недели, 2007, № 17, 26.04—07.05); «Уральский государственный университет имени *первого* президента России» (название); «Концерт, посвященный 80-летию со дня рождения *первого* президента России. Сегодня — на канале Россия» (ТВ-Россия-1, 01.02.11); «В Екатеринбурге открывается памятник *первому* президенту России Борису Ельцину» (радио Вести-FM, 01.02.11); «Борис Ельцин. *Первый*» (название документального фильма — ТВ, Первый канал, 01.02.11) и т.п.

Первый в вербально-ассоциативной сети русской лексики связано причинно-следственными отношениями с представлениями: а) 'первооткрыватель', 'первопроходец', а потому: 'наиболее трудный', 'самый опасный' (см.: 'первый полет человека в космос'; б) 'достойный наибольшего уважения'. Кроме того, семантическая близость с *первый* в значении 'лучший' (в спорте — *первое место* — у лучших спортсменов) наделяет порядковое прилагательное дополнительными положительнооценочными коннотациями. На фоне широко представленных в этих же текстах других позитивнооценочных характеристик, в первую очередь — лексики элятивного значения (*великий сын своей страны; большой реформатор; многократно талантливый; базовые фундаментальные принципы нынешней политики, заложенные еще Ельциным; его величие останется в истории России* и т.п. — Газета, 24.04.07) словосочетание *первый президент России* обретает патетическое, торжественное звучание и становится одним из вербальных конструкторов мифа.

7. Слова - фетиши и слова - жупелы — это по-прежнему средства гипнотизации массового сознания. Это также вербальные конструкторы мифа.

Фетиш — «то, что является предметом слепого поклонения»¹⁰. В рецептивном плане фетишизированной лексикой следует считать слова, которые вызывают в людях безусловное доверие. Доверие — результат длительного функционирования слова в данном лингвокультурном сообществе в качестве обозначения какого-то высокого, идеального или идеализированного понятия. Например, слово *свобода*. Оно входит в круг основных концептов русского сознания и связано со многими героическими страницами истории нашей страны. Фетишем слово становится тогда, когда оно оказывается оторванным от ситуации, им обозначенной, и утрачивает связь с реальным денотатом. От слова остается его внешняя — звуковая — оболочка и представление (сигнификат). Так слова входят в круг средств политической демагогии. Е.И. Шейгал называет это «фантомностью» политического дискурса [Шейгал, 2004, с. 53].

¹⁰ Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. СПб.: Норинт, 2001. С. 1420.

Жупел — «нечто, внушающее страх, отвращение; пугало»¹¹. И далее: «первоначально — горящая сера или смола уготованная в аду грешникам»¹².

Жупелами могут стать обозначения: а) того, что вызывает всеобщий страх: *тоталитаризм, авторитаризм, тюрьмы* и т.д.; б) того, что вызывает всеобщую ненависть (как сейчас: *спецсигналы и спецномера* на машинах госслужащих. См.: «Человек с мигалкой хуже обезьяны с гранатой» (плакат, выставленный обществом «Синие ведерки» во время пикета на Украинском бульваре. — Радио СИТИ FM, 29.01.11).

Использование слов этих двух групп имеет двоякий коммуникативный результат.

1. Эмоциональная насыщенность речи повышается: то, что названо, например *авторитаризм, режим, тюрьма*, обычно связано с предельным проявлением какого-либо признака — гиперболизм, присущий мифу;

2. Реакция реципиента спонтанна (срабатывает архетип) и аффективна (названо то, что вызывает наиболее сильные чувства).

И слова-жупелы, и фетишизированная лексика легко становятся средством создания мифа. Мифологизируется то лицо, в семантическое пространство которого включается слово-фетиш, или же лицо, вступающее в борьбу с тем, что названо жупелом. Так, миф о Ельцине-демократе в конце 80-х годов рождался с помощью неизменно фетишизируемого в российской ментальности *борьба* (*борьба за, борьба с/против*) и актуальных тогда слов-жупелов: *привилегии, партийная номенклатура, административно-командная система, КГБ* и некоторых других. И словосочетания *борьба с партноменклатурой, борьба с привилегиями* стали ключевыми вербальными конструктами в формировании мифа, который помог Ельцину стать во главе государства¹³.

8. Сигнификативная сторона значения. Этнолингвокультурамы.

Современные исследователи говорят о существовании слов, которые, по высказыванию В.Г. Костомарова, «значат больше, чем они значат», то есть тех, «которые, наряду или даже вместо своего первоначального “предметного” значения, развили в своей семантической структуре некий особый “культурный” смысл» [Костомаров, 2005, с. 56]. Такие вербальные единицы обозначаются и трактуются с точки зрения сферы их применения по-разному.

¹¹ Там же. С. 208.

¹² Там же.

¹³ См.: Профиль. 2009. № 14. С. 12—15.

В.Г. Костомаров, Е.М. Верещагин называют их логоэпистемами. Исследователи знаков политического дискурса выделяют «знаки-конденсаты», которые, помимо обозначения реалии, аккумулируют в себе комплекс историко-культурных и эмоциональных ассоциаций (*социальный прогресс, репрессии* и т.д.) [Шейгал, 2004, с. 106], слова-лозунги [там же]. Н.И. Формановская, применительно к имени собственному, употребляет термин «лингвокультурема», называя так известное имя, которое «само по себе оказывается достоянием культуры» и вбирает «национально-культурный компонент в комплекс элементов значения» [Фармановская, 2004, с. 48].

Мы использовали последний термин, дополнив его: этнолингвокультурема и расширив применение и на те нарицательные слова, которые в данном лингвосоциуме обрели символический смысл, стали суммарными знаками каких-то особо важных для данного лингвокультурного сообщества представлений. Таковы для российской ментальности, например: *мужик, баба, крепостной, разночинец, интеллигенция, двоевластие, коммунист, перестройка* и многое другое. Их лаконизм (в одном слове сконцентрирована информация о целом комплексе значимых в данном лингвоэтносе качеств), их предикативно-характеризующие возможности (способность характеризовать и давать оценку), актуализированные сильной позицией в тексте (название, заголовок; в предложении — предикат), помогают таким словам и укрупненно обозначить названное, и произвести его категоризацию (сигнификат не называет, а категоризирует). То есть приближают их к мифу: миф есть один из специфических способов категоризации явлений в политическом дискурсе [Шейгал, 2004, с. 97, 113].

Так, в выступлениях в связи со смертью Б.Н. Ельцина несколько раз прозвучало: «Он был мужик». Эта же фраза была позднее, в 2010 году, употреблена в прощании с В.С. Черномырдиным. *Мужик* в российском общественном сознании в одном из значений — оценочный синоним к ‘настоящий мужчина’, то есть ‘внутренне сильный, волевой, крепкий, самостоятельный человек’ (ср.: «Русский мужик. Михаил Ульянов». Авторская программа С. Соловьева «Те, с которыми я...» — ТВ-Культура, 13.01.11). Не все мужчины подходят под это определение. Это этнолингвокультурема, вошедшая в набор других вербальных средств, конструировавших миф о Ельцине — реформаторе-первопроходце, основателе новой России.

Коммунист — идеологическая этнолингвокультурема советского времени, которая в те годы сопрягалась с представлениями: ‘верность долгу’, ‘беззаветность и бескорытность служения’, ‘мужество и бесстрашие’. И миф о коммунисте как идеальной героической личности в сознании послевоенного поколения в значительной степени сформировался под влиянием знаменитого фильма «Коммунист» с Евгением Урбанским в главной роли, где ставшее названием слово сконцентрировало в себе всю сущность мифа. (В разрушении этого мифа в начале 90-х годов участвовали в том числе и вербальные средства — десакрализирующие дериваты-инвективы, *коммуняки*, например, и некоторые другие.)

«*Адмиралъ*» — название фильма режиссера Андрея Кравчука. Это существительное ассоциируется с представлениями о: а) героическом; б) возвышенно-романтическом (*море*). Оценочно-ассоциативные связи делают и сигнификат положительнооценочным. В названии фильма заявлено опровержение сложившегося в советские годы негативного мифа о Колчаке. *Адмирал* (то есть ‘бесстрашный воин’, ‘неизменный и мужественный командир’, ‘романтик’) — ключевое слово к новой интерпретации образа главного героя.

«*Пон*» — название художественного фильма Владимира Хотиненко. *Пон* — инвективная номинация с коннотацией пренебрежительности. Это презрительное обозначение, которое отражало отношение к священству, особенно распространившееся в советские годы. Вынесенное в название фильма, слово своей некорректностью производит шоковой эффект, стимулирует зрителя к полемике. Но этой полемикой и опровержением атеистического мифа становится весь фильм: смысл сюжета, диалогов, семантика и символика видеоряда. Кроме того, эмоциональное напряжение, необходимое для опровержения мифа, обеспечивается эффектом «обманутого ожидания»: чужая, несобственно-авторская речь воспринимается вначале как факт авторской речи и авторской оценки (столкновение разных «точек зрения» [Успенский, 1995, с. 9—10]).

* * *

Таковы, на наш взгляд основные вербальные конструкты мифотворчества, задействованные в отечественных СМИ первого десятилетия XXI века. Любопытно будет пронаблюдать, какие языковые средства будут привлекаться в предвыборной кампании 2011—2012 гг. И какие политические мифы будут с их помощью создаваться?

Принятые сокращения

АиФ — Аргументы и факты

загол. — заголовок

МК — Московский комсомолец

назв. — название

ТВ — телевидение, телевизионный

Список литературы

Колесов В.В. Русская ментальность в языке и тексте. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2007.

Костомаров В.Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. М.: Гардарики, 2005.

Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М.: Гнозис, 2002.

Кулюгин А.И. Правители России. 3-е изд., испр. М.: Фирма СТД: Славянский дом книги, 2004.

Почепцов Г.Г. Имиджология. 4-е изд., испр. и доп. М.: Рефл-бук: Ваклер, 2004.

Соболева Н.А. Очерки истории русской символики. От тамги до символов государственного суверенитета. М.: Языки славянских культур, 2006.

Солганик Г.Я. Лексика газеты (функциональный аспект). М.: Высшая школа, 1981.

Успенский Б.А. Поэтика композиции // Успенский Б.А. Семиотика искусства. М.: Языки русской культуры, 1995.

Формановская Н.И. Контекст и выбор личного имени // Журналистика и культура русской речи. 2004. № 1.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004.

Поступила в редакцию
26.12.2011

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

М.Г. Шилина, кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: 2008mgs@mail.ru

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ И ФОРСАЙТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования в данной работе являются стратегии связей с общественностью (СО) как необходимый элемент данной институциональной деятельности, предметом — форсайтные исследования как инструмент формирования стратегий СО. Объект и предмет исследуются в отечественном и зарубежном научном контексте впервые. В статье вводится впервые ряд дефиниций, поднимаются вопросы методологии форсайтных исследований, формирования стратегий СО с использованием форсайта.

Ключевые слова: связи с общественностью, пириновая модель коммуникации, стратегия, форсайт, инновация, пириновый think tank.

The object of study in this article is the Public Relations strategy as an essential element of PR-activity, the subject is foresight as a tool for formulating strategies. PR-strategy and foresight in this sphere studied in the domestic and foreign scientific context for the first time. The author offers for the first time some definitions, raises questions of the methodology of foresight research, PR- strategies with the use of foresight.

Key words: Public Relations, peer communication model, strategy, foresight, innovation, peer think tank.

Связи с общественностью и стратегии современного социума

Проблемы XXI века: глобализация и глокализация, быстрые изменения в экономике и обществе, непредсказуемые перемены в информационных технологиях и потоках, экологический дисбаланс и так далее, — определяют необходимость постоянного поиска, выбора, создания, применения уникальных инновационных решений.

Достаточно продуктивным зарекомендовал себя стратегический подход к решению проблем как микро-, так и макроуровня, стратегия как мышление и как инструментарий.

Понятие «стратегия», заимствованное из военного дела, вполне прозрачно этимологически: στρατηγία (греч. искусство полководца) — общий план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения цели, главной на данный мо-

мент. И вместе с тем многогранно: стратегию трактуют как реализацию парадоксальной логики [Luttwak, 2001, p. 2], нелинейный переход, который никто не ожидает [Почепцов, 2010, с. 7], искусство распределения и применения средств для осуществления целей политики [Лиддел Гарт, 1999, с. 39], то, как акторы переводят свои ресурсы в силу¹. Общим является понимание цели и вариативность ее достижения благодаря нелинейному мышлению, инновационности решения, однако сегодня все чаще реализация стратегии происходит не за счет изменения ее предмета, а, например, на основе перемен в аудитории, ее ментальности. Дуализм сущности стратегии как процесса и явления, мышления и инструментария определяет специфику ее бытования и применения.

Современные наиболее значимые стратегии социума становятся глобальными, определяя стратегии национальные. Так, одной из ключевых стратегией в XXI веке является выживание *homo sapiens* как биологического вида в условиях экологического дисбаланса. Очевидно, что путь от идей ноосферизма, высказанных еще в первой половине прошлого века [Шарден, 2002; Вернадский, 1988], экологически ответственного мышления до их реализации в мировом масштабе возможен благодаря изменениям в глобальной аудитории на ментальном и инструментальном уровнях, что требует эффективной коммуникативной деятельности. То есть *de facto* важнейшая из глобальных стратегий может быть реализована средствами связей с общественностью (СО), которые становятся значимым и, возможно, определяющим сегментом общественных связей как таковых и развития общества.

Укажем еще на один глобальный вектор стратегического развития социоэкономического дискурса, значимый для нашего исследования стратегий развития связей с общественностью. В ситуации трансформации информационного общества в общество знаний и инноваций прогностические модели экономики и социума принципиально изменяются: основой развития становятся креативный труд человека и инновации всех типов (технические, экономические, социальные); критериями эффективности — творческая самореализация личности, занятость трудоспособного населения, сохранение природы, рациональное распределение благ в обществе и так далее. Онтологией экономики в XXI веке является именно качество человеческого капитала и креативного труда как фактора производства, что происходит впервые. Появление нового — инновационного — типа производства демонстрирует

¹ *Ganz M.* Why David Sometimes Wins: Strategic Capacity in Social Movements // Flechtheim O.K. (ed.) Rethinking Social Movements' Structure, Meaning and Emotion. Futurology — the new science of probability? Режим доступа: iranscope.granchi.com/Antology/Flechtheim.htm. P. 187.

принципиально иной характер взаимодействия: переход от субъект-объектной парадигмы к гетерархической, субъект-субъектной, пиринговой (от англ. peer — равный), коллаборативной. Коммуникационные технологии, в первую очередь новейшие итерации веб, являются необходимым условием реализации новых моделей пирингового производства и субъект-субъектных моделей коммуникации. Активная аудитория, просьюмеры (англ. prosumer — producer/professional — производитель, профессионал и consumer — потребитель в одном лице) становятся активными участниками социоэкономических процессов, что изменяет парадигмы профессиональной деятельности принципиально. Профессиональное коммуникационное сопровождение, в первую очередь связей с общественностью,² на всех этапах — от выработки идеи продукта, его создания, продвижения до потребления — является ключевым фактором реализации инновационной модели и условием экономической эффективности производственного процесса. То есть в инновационном обществе связи с общественностью могут стать видом деятельности, равнозначным экономике, общественному развитию, политике, культуре, что не может не оказать влияния на актуальный статус, принципы и пути развития СО.

Таким образом, в реализации наиболее значимых стратегий развития социума институциональным связям с общественностью может быть отведена существенная роль, вплоть до изменения их онтологического статуса, что обуславливает необходимость научно-теоретического и научно-практического исследования стратегий связей с общественностью как индустрии.

Стратегии связей с общественностью: мировые и российские реалии

Понимание необходимости стратегических подходов, создание стратегий, принятие решений, исходя из оптимальной цели, отличает развитые страны, индустрии, социальные институты, которые самостоятельно планируют и формируют собственное будущее в быстро меняющемся мире (например, стратегия развития инноваций в ЕС до 2020 года, дорожные карты отраслей и т.д.).

Стратегия в теории и практике связей с общественностью российскими и зарубежными учеными ранее системно не рассматри-

² Также профессиональные связи с общественностью, медиа, журналистика в инновационном обществе можно определить как особый тип производства (со-производства) интеллектуальной услуги. Подобный дуализм характерен исключительно для институциональных общественных связей и медиа и определяет существенный потенциал и стратегические перспективы развития данных видов деятельности в инновационном обществе.

валась, отдельные работы были посвящены прагматическому рассмотрению стратегии при формировании кампании СО с точки зрения менеджмента, использования отдельных инструментов, например медиа [The Handbook of Strategic Public Relations and Integrated Communications, 1997; Ault, Agee, Cameron, Wilcox, 2002; Оливер, 2003; Фролов, 2011]; ни в одной из работ не привлекались к исследованию новейшие материалы, характеризующие переход к социоэкономическим реалиям, обусловленным информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), Интернетом в XXI веке. В частности, в одной из немногих отечественных работ, где в заголовке было вынесено понятие «стратегия» по отношению к «общественным связям»³ фирмы [Фролов, 2011], автор апеллирует к стратегиям в менеджменте, ссылаясь на источники, которые описывают зарубежные реалии прошлого века [Минцберг и др., 2001] и очевидно не соответствуют деятельности российской компании второго десятилетия века нынешнего. Автор полагает, что «стратегия представляет собой главный замысел, направление пиар-кампании, определяемый самыми важными, наиболее общими целями. Очевидно, что эти цели формируются, исходя из существующей ситуации во внешнем окружении» [Фролов, 2011, с. 140]. «Стратегия общественных связей отличается тем, что ее цели направлены на создание положительного образа субъекта стратегических действий» [там же, с. 140]. Стратегия в деятельности по связям с общественностью сведена к анализу внешнего окружения, расчету рисков, конкурентного профиля организации, SWOT-анализу, определению первоначального имиджа организации [там же, с. 148]. Классификация стратегий СО предлагается следующая (принцип типологизации — по состоянию внешнего окружения): конфликтные, конкурентные, кризисные (внутренний кризис), формирования бренда, развития, диверсификации, безопасности, немедленного реагирования, проникновения, удержания, позиционирования, полной «раскрутки», имитации [там же, с. 148]. Как видим, отсутствие адекватного понятийного аппарата, теоретических оснований привели к смешению понятий «стратегия» и «цель», «стратегия» и «проект», «стратегия» и «кампания СО» и т.д. Также очевидно, что исследование и описание стратегии корпорации требует первоначального обозначения реалий и перспектив корпоративной деятельности как таковой, поскольку практическая деятельность корпорации есть частный случай реализации ее стратегии.

Отсутствие до сего дня комплексного научно-теоретического подхода к пониманию стратегии связей с общественностью — как мышления и инструментария, процесса и понятия, — не могло не

³ Термин автора книги. — *М.Ш.*

сказаться на продуцируемых теоретиками и практиками концепциях и общем уровне осмысления реалий СО как социального института и сферы деятельности как в мире, так и в России. Подобная ситуация обусловлена прикладным характером связей с общественностью, молодостью индустрии, в России также отсутствием общей стратегии экономического и социального развития, гражданского общества, социального заказа на профессиональное сопровождение формирования равноправных коллаборативных коммуникаций в социуме.

Предложим в рамках данной статьи рабочее определение понятия индустриальной стратегии СО. Итак, стратегия в связях с общественностью есть 1) генеральная идея, концепция целенаправленной деятельности определенного социального актора (субъекта), которая охватывает длительный период времени; 2) способ достижения главной перспективной цели социального актора. Стратегическая деятельность связей с общественностью носит ценностный характер, строится на этических принципах и направлена на гармонизацию отношений в социуме. Также впервые предлагаем зафиксировать применительно к понятию «стратегия» в связях с общественностью определение ее не только как явления или процесса, но и как инструмента, концептуального плана деятельности в долгосрочной перспективе в виде документа, фиксирующего и регламентирующего имеющиеся стратегические интенции. Данный вид текста/документа в деятельности СО должен быть, с нашей точки зрения, нормативным.

Стратегические подходы в науке и практике мировых связей с общественностью начали фиксироваться сравнительно недавно (2006—2007 гг.) на основе анализа данных экспертных опросов. Отметим, что прогнозирование всегда являлось неотъемлемой частью науки, выполнявшей триединую функцию описания (анализа), объяснения (диагноза) и предсказания (прогноза⁴).

Проведем в рамках данной статьи краткое компаративное исследование последних прогнозов развития зарубежных рынков СО

⁴ Прогноз (от греч. *πρόβωσις* — предвидение, предсказание) — вероятностное суждение о состоянии какого-либо явления в будущем, основанное на специальном научном исследовании (прогнозировании). В зависимости от характера взаимосвязи в рамках формирования прогноза есть «предсказания» (описания возможных или желательных состояний, перспектив, решений проблем будущего) и «предуказания» (собственно использования информации о будущем в целенаправленной деятельности, в решении этих проблем). Выделяются два вида прогнозов: естествоведческие и обществоведческие. Могут быть выделены также по преимущественной ориентации: прогнозы поисковые и нормативные. — Новейший философский словарь. Режим доступа: www.slovopedia.com/6/207/771000html. Также — предвидение развития и исхода каких-либо событий, явлений на основании имеющихся данных // Словарь русского языка / Под ред. Т. Ефремовой: В 2 т. Режим доступа: www.classes.ru/russian-dictionary-Efremova-t.

и российского. Так, Международная ассоциация компаний-консультантов (ICCO) по результатам исследования индустрии СО⁵ (экспертный опрос в 19 странах, сравнение итогов 2010 года и прогнозов на 2011 год) пришла к заключению, что в 2011 году очевиден рост мирового рынка связей с общественностью (83% экспертов ожидают значительного роста инвестиций, 17% экспертов прогнозируют, что объем рынка в 2011 году останется на уровне 2010 года, падения объемов не ожидает никто). Более 90% экспертов ожидали значительного роста в сегменте интернет-коммуникаций, а также на рынках коммуникаций корпоративных (49%), кризисных (46%), маркетинговых (44%). Активнее всего будут расти объемы инвестиций в секторах, требующих инновационных решений, таких, как энергетика, защита окружающей среды, телекоммуникации. В традиционных отраслях экономики, таких, как недвижимость, производство, рост затрат на связи с общественностью оказывается незначительным (около 15%).

Данные о тенденциях мировой экономики в сфере связей с общественностью сходны с прогнозом российского представительства ICCO — Ассоциации компаний-консультантов в сфере общественных связей (АКОС). Так, председатель АКОС Е. Фадеева⁶, уверена, что Россия в 2011 году не только восстановит докризисный уровень вложений в СО, но и превзойдет его; направления развития совпадают с общемировыми трендами: опережающими темпами будут развиваться маркетинговые, корпоративные и интернет-коммуникации. Российский эксперт озвучила наличие новой ситуации в отечественных СО, которые традиционно включаются в маркетинговые коммуникации, — формирование связей с общественностью в Интернете как приоритетного направления для индустрии. Фактически расширение сегмента интернет-СО означает расширение использования пириновых субъект-субъектных моделей, что может изменить векторы развития российских СО, их будущее.

Сравнение направлений деятельности развитых западных индустрий и развивающихся отечественных СО позволяет отметить некоторую общность тенденций на текущем этапе, то есть зафиксировать возможное начало формирования в российских связях с общественностью системы новых целей и ценностей, характерных для индустрий развитых стран. При этом параметры исследований носят частный прагматический характер, продиктованы узкоспециализированными интересами заказчиков, не описываются ва-

⁵ Рынок PR услуг: быстрый рост в 2011 году. 15.03.2011. Режим доступа: http://marketing.web-3.ru/news/?id_news=16575

⁶ Режим доступа: www.icco.com

рианты и перспективы развития отрасли и, что является определяющим, пути их реализации.

Анализ предъявленных выше данных позволяет заключить, что прогнозы позволяют формировать только достаточно фрагментарное видение будущей ситуации. Создание же стратегий развития связей с общественностью требует значительно более комплексного и масштабного исследования, нацеленного на достижение конкретного конечного результата.

Форсайтные исследования в связях с общественностью

Молодость науки и практики связей с общественностью в мире и России обусловили ситуацию, когда индустриальные стратегии и значимые форматы исследований при их выработке до настоящего времени не применялись. При этом прогностические матрицы деятельности СО, выявленные нами выше, определяют необходимость создания полномасштабной стратегии на основе новейших научных подходов.

Для формирования полноценных стратегий сегодня одним из наиболее адекватных инструментов можно назвать форсайтное исследование. Идея форсайта сформировалась в результате конвергенции возможностей современных разработок в области политического анализа, стратегического анализа, прогнозирования и получила распространение в последней четверти прошлого века.

Существует достаточное количество толкований понятия⁷. Форсайт (от англ. foresight — взгляд в будущее) — процесс и технология/инструмент исследования долговременных трендов развития и эффективности форматов реализации стратегий во всех сферах деятельности, формирования целевых приоритетов, мобилизации акторов для достижения результатов.

Наиболее распространено понимание форсайта как процесса. Это, в частности, действия, ориентированные на поиск нелинейных решений в процессе обдумывания, обсуждения, очерчивания будущего. Также вовлечение всех акторов в открытую дискуссию по определению параметров желаемого образа возможного будущего, нацеленную на повышение качества принимаемых в настоящий момент решений и ускорение совместных действий по реализации стратегий его достижения. То есть форсайт представляет собой комплексный подход к формированию стратегий и, главное, нацелен на достижение конечного результата.

Основные постулаты форсайта заключаются в утверждениях о том, что будущее творимо и зависит от прилагаемых усилий; оно

⁷ Данные доступны: www.prognoz.org

вариативно; в современных условиях не проистекает из прошлого, но зависит от решений и действий, предпринятых соответствующими акторами; при этом действия не предопределены.

Данный вид исследований активно применяется в настоящее время, например для выделения приоритетных направлений современных научных исследований на основе сценариев развития науки, технологии, экономики, общества. Например, в 2006 году правительство РФ утвердило подготовленную Министерством образования и науки федеральную целевую программу «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2007—2012 годы», в рамках которой предусматривается разработка Долгосрочного прогноза научно-технологического развития (ДПНТР) до 2025 года именно в формате форсайта.

Рассмотрим возможности использования форсайта в связях с общественностью.

Форсайт строится на системе формализованных технологий, которые позволяют получать достаточно точные прогнозы любого масштаба, совместимые с результатами работы всех групп.

Методология форсайтных исследований вобрала в себя десятки традиционных и достаточно новых экспертных методов, которые комбинируются.

Технологический цикл форсайтного исследования включает, по мнению разных экспертов, несколько этапов, содержание которых сводится к анализу текущей ситуации, формированию так называемых существенных условий (измеримых целей в будущем) подготовки проекта. Наиболее подробная схема включает семь этапов [Bishop, Hines, 2007]: формирование объекта исследования (англ. framing) позволит ответить на главный вопрос исследования на основе изучения проекта, целей, аудиторий, формирование команды исследования, выбор экспертов, методов исследования; мониторинг данных для сбора максимально полной информации (англ. scanning); прогнозирование (англ. forecasting) — описание драйверов, проблем, выделение тенденций, которые можно спрогнозировать, выделение зон неопределенности и создание возможных сценариев, инструментов для выявления базовых и альтернативных вариантов будущего развития; формирование видения (англ. visioning) для определения общей системы ценностей и координат участников проекта, выбора предпочитаемых вариантов будущего, проведение экспертных опросов; планирование (англ. planning), то есть создание стратегий и планов, путей реализации видения; исполнение (англ. acting) предполагает доведение результатов до всех заинтересованных сторон, институализацию и непосредственно реализацию стратегий и планов в ходе конкретных

действий, например создание дорожных карт, включение всех стейкхолдеров в обсуждение будущего, корректировка стратегии.

Перечислим основные методы, используемые по ходу реализации этапов технологического цикла форсайта: обзор источников (англ. literature review), библиографический анализ (англ. bibliometrical analysis), SWOT-анализ (англ. SWOT analysis), мониторинг данных окружающей среды/окружения (англ. environmental scanning), создание сценариев, сценарное прогнозирование (англ. scenarios), мозговые штурмы (англ. brainstorming), экспертные панели (англ. expert panels), мастерские/технологии разработок будущего (англ. future workshops), анализ глобальных трендов (англ. megatrend analysis), всесторонний анализ по максимальному количеству критериев (англ. multi-criteria analysis), метод Дельфи (англ. Delphi), выделение ключевых технологий (англ. key technologies), экстраполяция трендов (англ. trend extrapolation), технология создания «дорожных карт» (англ. roadmapping technology), создание карт стейкхолдеров (англ. stakeholder mapping), общественное обсуждение проблем (англ. citizens panels), моделирование и макетирование (англ. modelling and simulation), ретроспективный анализ (англ. backcasting), проверочные испытания (англ. essays), игровая проверка (англ. gaming), анализ взаимных воздействий (англ. cross-impact analysis) и др.

Обычно в каждом из форсайтных исследований применяется комбинация различных методов. Методы и их комбинации постоянно совершенствуются. Основное направление оптимизации методологии в настоящее время связано с «человеческим фактором» — активизацией индивидуальной и коллективной работы экспертов.

Привлечение как можно большего числа (до нескольких тысяч) экспертов позволяет получить наиболее широкий спектр вариантов, то есть более адекватный результат.

Проблемы при проведении форсайтных исследований чаще всего связаны непосредственно с создаваемым объектом, корректностью вопросов, координацией обсуждений экспертов, непосредственно коммуникационным сопровождением всех этапов.

Классическим считается рассмотренный выше американский вариант форсайта; также применяются европейский (основанный на концепции инерционного развития), японский (основанный на методе Дельфи) и их варианты.

Эволюция направлений форсайтных исследований идет постоянно: от прогнозирования в сфере технологий к социальным прогнозам в глобальном масштабе. Сегодня форсайт становится, в первую очередь, инструментом достижения консенсуса в переговорах элит.

Отметим, что форсайтные исследования ориентированы не только на получение институционализированных стратегий, то есть фактически нового знания, но и на развитие неформальных горизонтальных сетей профессионального общения. То есть, с нашей точки зрения, форсайтные исследования в настоящее время формируют новый тип экспертно-аналитических центров (англ. think tanks) как проектных пиринговых организационных структур создания инновационных идей.

Каковы перспективы форсайтных исследований в связях с общественностью в России? На наш взгляд, данный метод с учетом прогностических моделей развития СО сегодня может оказаться наиболее адекватным при условии привлечения максимального количества участников из общественных, государственных, образовательных учреждений, а также практиков и теоретиков СО, представителей целевых аудиторий в качестве квалифицированных экспертов; необходимо формирование новых методик на основе пиринговых коллаборационных моделей взаимодействия.

Список литературы

- Вернадский В.* Философские мысли натуралиста. М.: Наука, 1988.
- Лиддел Гарт Б.Г.* Энциклопедия военного искусства. Стратегия непрямых действий. М.: АСТ, СПб., Terra Fantastica, 1999.
- Мицберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпл Дж.* Школы стратегий. СПб.: Питер, 2001.
- Оливер С.* Стратегия в публик рилейшнз. СПб.: Нева, 2003.
- Почепцов Г.Г.* Инжиниринг будущего. Киев: Альтер Пресс, 2010.
- Фролов С.С.* Связи с общественностью в работе фирмы: стратегия, коммуникации, имидж, брендинг. М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2011.
- Шарден П.Т. де.* Феномен человека. М.: АСТ, 2002.
- Ault Ph., Agee W.K., Cameron G., Wilcox D.* Public Relations: Strategic and Tactics. Allyn & Bacon, 2002.
- Bishop P., Hines A.* Thinking about the Future, Guidelines for Strategic Foresights. Social Technologies, 2007.
- The Handbook of Strategic Public Relations and Integrated Communications.* McGraw-Hill Trade, 1997.
- Luttwak E.N.* Strategy. The Logic of War and Peace. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, 2001.

Поступила в редакцию
26.08.2011

М.А. Тертычная, соискатель кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова; e-mail: marimb@rambler.ru

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ: ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ

Автор характеризует главные пути продвижения сайтов социальной рекламы в Интернете. Он также анализирует особенности использования баннеров, ссылок, рубрик в целях продвижения сайтов. Особое внимание автор уделяет использованию в названных целях социальных сетей ВКонтакте, Facebook, YouTube.

Ключевые слова: социальная реклама, продвижение сайтов, социальные сети.

The author describes main ways of spreading social advertising sites in the Internet. She analyses some peculiarities of using banners, references, rubrics in the aim of promote sites. The author pays special affection to the usage of social nets Vkontakte, Facebook, YouTube.

Key words: social advertising, promotion of sites, social networks.

С каждым годом число сайтов социальной рекламы в Рунете растет, круг проблем, которые они затрагивают, расширяется¹. Однако создание и размещение социальной рекламы в Интернете будет оправданным только в том случае, если она будет доступной аудитории [Байков, 2000, с. 5]. Особенность интернет-рекламы, в отличие, скажем, от рекламы уличной или размещенной в периодической печати, заключается в том, что она рассчитана в первую очередь на активных пользователей [Николайшвили, 2008, с. 23]. Иначе говоря, они сами должны ее искать в виртуальном пространстве. Как известно, для поиска информации в Интернете существуют поисковые машины: Yandex, Rambler, Google, Mail и т.д. Однако, чтобы что-то искать, надо знать, что искомое существует. Иначе говоря, потенциальные пользователи о существовании сайта могут даже не подозревать.

Правильно пишет о подобном случае известнейший советский и российский деятель рекламы А. Репьев: «Поручив “компьютерщикам” создать какой-то сайт, многие фирмы успокаиваются и не очень беспокоятся о том, что их картинка, висящая в безбрежном интернет-пространстве, не выполняет для фирмы никакой работы» [Репьев, 2008, с. 368]. На то, то подобная ситуация существует и применительно к сайтам социальной рекламы, указывают и те, кто в ней нуждается. Их беспокоит тот факт, что «сайты, посвященные

¹ См.: Круглый стол в ОП РФ «Инновационные форматы социальной рекламы в современных медиа». Режим доступа: <http://www.1soc.ru/news/view/1807>.

социальным проблемам, найти в Интернете не так уж и просто», что мешает реализации важных социальных задач². Поэтому рекламист должен позаботиться о том, чтобы предоставить необходимое предварительное знание о сайте посетителям Интернета, то есть предварительно прорекламировать свой интернет-ресурс. Иногда подобного рода информацию называют «дополнительной рекламой»³. Какие же пути существуют для «продвижения» сайтов социальной рекламы в пределах самого Интернета?

Самый распространенный путь извещения о сайтах предусматривает **использование баннеров**⁴. Под баннером понимается краткое сообщение текстового плана или же лаконичная «картинка» вполне определенного размера (по форме — то квадратная, то прямоугольная, то округлая и т.д.), выступающая указателем на какой-либо источник информации (сайт, портал и пр.). Баннер может быть статичным или же подвижным, ритмично (визуально) меняющимся в каких-то своих деталях. А главное, он служит «переключателем» с основного сайта на какой-то иной интернет-ресурс. Переключение совершается при «клике» на баннер (нажатии на него курсором-стрелкой при помощи «мышки»).

Созданием баннерной сети между интернет-ресурсами занимается целый ряд баннерообменных сетей (например: «Алая лента», «ТриЛан», POPULAR.ru, «Internet-PRomotion», BATISKAFF.ru и т.д.). Они дают возможность показывать значимые для создателей и распространителей социальной рекламы анонсы своих сайтов на других сайтах, ресурсах самой разной проблематики. Баннерообменные сети могут быть отнесены к одной из трех групп: общей, тематической, региональной. В первую группу включаются интернет-проекты, занятые разными темами (научными, деловыми, развлекательными и пр.), кроме того, они часто различаются по такому критерию, как посещаемость. В Рунете как раз преобладают баннерообменные сети подобного рода (Russian Link Exchange, reklama.ru, interreklama.ru). В группу тематических сетей включаются интернет-ресурсы по одной тематике (научно-популярная, деловая, здравоохранительная и т.д.). В группу региональных сетей объединяются интернет-ресурсы той или иной территории, того или иного региона.

По характеру средств отображения действительности баннеры обычно делятся на следующие виды: 1) текстовые; 2) графические; 3) графико-текстовые; 4) мультимедийные⁵. В настоящее время

² Гиндулина Л. Социальная реклама // Рекламодатель. 2008. № 11. С. 17.

³ Там же.

⁴ Баннеры в Интернете. Режим доступа: <http://alayaalenta.ru>; Баннеры. Режим доступа: http://www.salut-mpso.ru/internet_banner.htm и т.д.

⁵ Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B5%D1%80>

формируются новые стандарты баннеров (например, «большие рекламные окна», шириной и высотой в рамках формата А5, а также — «всплывающие окна» и «растущие», увеличивающиеся баннеры). Новые стандарты дают возможность делать содержание и форму баннеров более экспрессивными, образными, что важно для привлечения внимания аудитории.

Как баннеры практически используются сайтами социальной рекламы? Знакомясь с главной страницей практически любого сайта, мы, как правило, находим там предложение: просьбу коллектива сайта к посетителю установить баннер на своем сайте. А далее следует «подсказка», как это сделать — нужно только выбрать один из вариантов баннера, которые на этом же сайте предлагаются (обычно с добавлением кодов их установки). Число предлагаемых вариантов баннеров на сайтах социальной рекламы, по нашим наблюдениям, колеблется от одного до двенадцати, так что посетителю есть из чего выбрать. *Баннеры предлагается устанавливать каждому, зашедшему на сайт, ибо чем больше их будет в виртуальном пространстве, тем больше вероятность, что рекламируемый сайт заметят.* Но, по мнению исследователей рекламного воздействия, баннеры лучше всего устанавливать на тех интернет-страницах, которые иногда называют «дружественными». Контекст таких страниц (предметно-содержательное наполнение) совпадает с содержанием рекламируемого сайта социальной рекламы. Такого рода информация о сайте может быть названа «контекстной рекламой»⁶. «Контекстная реклама действует более избирательно и отображается посетителями интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги, *целевой аудитории*, что повышает вероятность их отклика на рекламу»⁷.

Баннеры сайта социальной рекламы, установленные на том или ином интернет-ресурсе, могут быть двух видов: 1) сопровождающиеся каким-то комментарием («комментированные») и не сопровождающиеся ими («не комментированные»). Чаше встречаются «не комментированные» баннеры, возможно, потому, что их проще устанавливать, они занимают меньше места. Подобного рода баннеры применяет, например, сайт trezvenie.ru. На главной странице этого ресурса посетителю сайта предлагается семь баннеров различных дружеских сайтов, а именно: «Трезвое слово», tvsoyuz.ru, prosvetcentr.ru, «Семейные ценности», «Православие», «Видана», «Трезвая Украина», «Милосердие.ru». Пять «не комментированных» баннеров существует, например, и на сайте lifecenter.spb.ru.

⁶ Контекстная реклама. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82>.

⁷ Там же.

Посредством таких баннеров он имеет выход на сайты: «Добрый Питер», noabort.net, «Аборт и его последствия», «Православие» и сайт каталога православных ресурсов сети Интернет «Православное христианство». Не комментированные баннеры применяются и на ряде других сайтов. Комментированные баннеры использует, к примеру, сайт dvaga.ru.

Еще один путь дать о себе знать потенциальной аудитории — разместить *ссылки* на сайт на других интернет-ресурсах. Просьбы устанавливать (наряду с баннерами) ссылки на используемый сайт можно найти практически на каждом из них. Так, например, на сайте noabort.net мы обнаруживаем следующее обращение коллектива этого ресурса: «Просим всех, кому небезразлична трагедия детоубийства, способствовать распространению информации с этого сайта! Существуют тысячи изданий христианских газет и газет других религий, но, к сожалению, только единицы регулярно освещают эту тему, поэтому уважаемые главные редакторы, выделите в ваших изданиях место для этой темы. Вы можете свободно использовать материалы этого сайта где угодно. Единственная просьба — укажите ссылку на наш сайт. Владельцы сайтов, поставьте на своих страницах ссылку или установите один из следующих баннеров»⁸. Далее дается готовый код ссылки и десять образцов баннеров сайта noabort.net и кодов к ним.

Другой сайт — trezvenie.ru — предлагает посетителям сайта краткое объявление: «По вопросам обмена ссылками пишите на e-mail: shumaher3@gmail.com». О том, что на предложения сайта о ссылке откликаются другие интернет-ресурсы, можно судить по тому, что на главной же странице trezvenie.ru мы находим баннеры различных дружеских сайтов, очевидно, установленных взаимно-образно.

Ссылки могут представлять собой *систему рубрик*, расположенных на главной странице интернет-ресурса (их можно условно назвать «ссылки-рубрики»), а могут быть и *отдельными электронными адресами сайтов*, включенными, например, в рекламный или иной другой текст, расположенный на том или ином ресурсе. При этом на сайтах применяются ссылки-рубрики двух видов (как и баннеры): 1) *не комментированные*; 2) *комментированные*.

Не комментированные ссылки-рубрики активно применяет, например, сайт www.noabort.net, представляя у себя интернет-ресурсы дружественных (схожих по сфере интересов) организаций. Развернутую систему комментированных ссылок-рубрик можно наблюдать на сайте lifelcenter.spb.ru. Здесь ссылки с краткими комментариями даны на такие ресурсы. Разрозненные ссылки на сай-

⁸ Режим доступа: <http://www.noabort.net/sotrudnichestvo>

ты партнеров активно применяет trezvenie.ru. Здесь большая часть публикаций снабжена электронными адресами интернет-ресурсов, на которых можно получить необходимую пользователю информацию по темам, излагаемым в прочитанных текстах. Просьбу к посетителям: «Поддержите нас, разместите на своем сайте, блоге или форуме нашу «кнопку», мы находим и на интернет-ресурсе «Возрождение». Здесь же дан код для ее установки. Такие же просьбы о создании ссылок на сайт адресуют своим посетителям и многие другие веб-ресурсы (socreklama.ru, 1soc.ru, moikompas.ru и т.д.).

К сожалению, подобные просьбы сайтов социальной рекламы не всегда удовлетворяются теми, кто это вполне мог бы сделать (хотя бы и на взаимной основе). Вот как оценивает взаимоотношения между некоторыми сайтами директор рекламной компании «Два льва» (г. Новосибирск) Людмила Гиндулина: «Так, на главной странице новосибирского городского сайта из 15 баннеров нет ни одного социального. А у Новосибирска, как и у любого мегаполиса, масса социальных проблем. Посещаемость этого городского сайта — 60 тысяч уникальных посетителей в сутки. А, к примеру, посещаемость сайта Областного центра семейных форм устройства детей — 20 человек. Разница налицо. И что удивительно, на данном социальном сайте есть рубрика “Друзья и партнеры” с перечнем коммерческих компаний, включающим их название, логотип, ссылку на сайт. Однако ни на одном из этих сайтов нет обратной ссылки или баннера»⁹.

Существует возможность создать широкое «поле» информации о сайте, не только обращаясь с просьбой устанавливать баннеры и ссылки к посетителям, но и используя путь расширения информационно-тематической сферы самого сайта. Такой опыт есть, например, у социального сервиса www.moikompas.ru. Здесь задача привлечения внимания к сайту осуществляется через создание разветвленной системы «компасов» — тематических страничек на этом сайте силами разных авторов, хорошо знающих ту или иную тематику. На сегодняшний день на сайте создано уже более 5 тысяч «компасов» по популярным темам. И каждый из них дает аудитории информацию о сайте moikompas.ru, о том, какие задачи он решает, о возможностях поиска нужной информации, в том числе и социально-рекламной направленности.

Стремясь расширить зону своей известности, многие сайты социальной рекламы стремятся разместить необходимую информацию о себе в *социальных сетях* (ВКонтакте, Facebook, Twitter, Livejournal), а также на таком известном социальном сервисе, как

⁹ Гиндулина Л. Социальная реклама // Рекламодатель. 2008. № 11. С. 17.

YouTube. И это происходит совершенно не случайно. Социальные сети в Рунете функционируют лишь несколько лет. Но и этого оказалось достаточно для того, чтобы о них узнали миллионы жителей страны. По количеству пользователей, что показывают многочисленные замеры предпочтений аудитории, они стоят на первом месте. В наиболее популярных социальных сетях — в ВКонтакте и в Одноклассниках зафиксировано: в первой — более 13, а во второй — около 16 миллионов пользователей. Наличие такой огромной аудитории — прекрасный шанс для распространения социально значимых идей, установок, моделей поведения, побуждения людей к важным для общества поступкам. Важно и то, что социальные сети дают возможность «работать» на вполне определенные «целевые» группы людей исходя из их уровня образования, возраста, половой принадлежности, места жительства и прочее. Ведь это может намного увеличить эффективность рекламного воздействия, что исключительно важно для рекламодателя.

Разные сайты социальной рекламы представлены в сетях неравномерно — одни фигурируют во всех сетях, другие — лишь в некоторых. Так socreklama.ru имеет информацию о себе в трех сетях (ВКонтакте, Twitter, YouTube); adme.ru — также в трех сетях (ВКонтакте, Twitter, Facebook); wwf.ru — в пяти (ВКонтакте, Twitter, Facebook, Livejournal, YouTube); lifecenter.spb.ru и moikompas.ru — по одному (ВКонтакте).

Размещение ознакомительных данных на каждом из названных ресурсов происходит по принятым в каждой из сетей своим правилам. Выполняя общие требования социальных сетей, разные сайты социальной рекламы все же стараются «подать» себя в той или иной мере оригинально. Рассмотрим структуру сообщения о сайте социальной рекламы, которая принята, например, в социальной сети ВКонтакте. С этой целью, обратимся к информации в названной сети о самом мощном портале социальной рекламы в Рунете, занимающемся не только практикой, но и теорией социально-рекламной деятельности — ресурсе socreklama.ru. Его присутствие здесь обозначено следующим образом: 1) установлены эмблема и логотип; 2) дан электронный адрес сайта; 3) дано описание задач сайта; 4) даны свежие новости из сферы социальной деятельности и рекламы, краткая информация о кастинг-группе Лаборатории социальной рекламы, о международной конференции «Повышение эффективности социальной рекламы в России»; 5) даны 4 фотоальбома (33 фотографии), иллюстрирующих ход деятельности коллектива сайта; 6) даны тексты социальной рекламы (архив): видеозаписи (16), статьи (о проблемах развития социальной рекламы, принятых законах, регулирующих ее функционирование и развитие, о разных социальных проблемах (ВИЧ, наркотиках, курении, алкоголизме, о демографической ситуации в России), дру-

гая информация; 7) дан список и фото участников образованной здесь «Открытой группы» (618 добровольных помощников сайта из социальной сети ВКонтакте); 8) предложены 11 тем, касающихся социальной рекламы для обсуждения пользователями сети и даны комментарии по поводу ранее выложенных в социальной сети примеров социальной рекламы.

Каждый из этих пунктов играет свою роль в создании популярности сайту. Эти восемь пунктов изложены в рамках ознакомительной информации о каждом сайте, размещающем ее в данной социальной сети.

Эмблема — это своеобразная «визитная карточка» любого сайта, воплощенная в образе главная идея ресурса, которая фиксируется подсознанием пользователя независимо от того, хочет он или не хочет что-то знать о данном сайте. А это значит, что в принципе она может «сработать» и побудить его познакомиться с сайтом поближе.

Электронный адрес сайта необходимо давать в социальной сети, чтобы избавить пользователя от лишних поисков в случае, если он захочет попасть на рекламируемый сайт.

Новости всегда привлекают определенную часть аудитории, поэтому они необходимы в качестве одной из частей ознакомительной информации о сайте в социальной сети. Набор новостей осуществляется, разумеется, исходя из профиля рекламируемого сайта. Чем интереснее новости, тем выше вероятность, что посетители социальной сети заметят ее (а значит, и сайт, представивший ее).

Описание задач сайта ориентирует аудиторию социальной сети в тех проблемах, которые пытается решать сайт, дает основание для вполне сознательного обращения к размещаемой на нем рекламе.

Фотографии, которые дают наглядное представление о деятельности сотрудников сайта, способствуют эмоциональному сближению с ними пользователя сети.

Тексты социальной рекламы, размещаемые в сети, позволяют оценить их значимость, актуальность, креативность.

Информация об «Открытой группе» позволяет пользователю сети судить о том, насколько большой интерес сайт уже вызвал у других посетителей.

Темы, предлагаемые для обсуждения в сети, и комментарии по ним, данные пользователями сети, позволяют пользователю определить, насколько актуальны, своевременны и интересны они для аудитории сети, в которую входит и он сам.

Изучение особенностей размещения ознакомительной информации о сайтах в социальной сети показывает, что различие ее (применительно к тому или иному из сайтов) обнаруживается, прежде всего, в степени детализации информации. Особенно за-

метным бывает оно в информации о задачах, которые ставят перед собой разные сайты социальной рекламы. Некоторые дают ее в краткой, лаконичной форме, а некоторые предпочитают излагать ее в относительно развернутой форме. Надо заметить, что, стремясь эмоционально «зацепить» аудиторию, рекламисты иногда излагают цели и задачи своего ресурса в стихах. Существуют определенные отличия и в информации о том или ином из сайтов, размещаемом в социальных сетях, касающиеся «Открытой группы». Подобные группы формируются благодаря личной инициативе посетителей конкретной социальной сети. Группа предназначена для консолидации и общения тех, кого беспокоят различные нерешенные социальные проблемы, вопросы, по которым можно кому-то оказать помощь определенного плана.

Естественно, чем больше объявленная в сети «Открытая группа», тем более важными представляются те задачи, которые решает соответствующий сайт социальной рекламы, тем в большей мере он претендует на внимание к себе со стороны широкой аудитории данной социальной сети. В социальной сети ВКонтакте «Открытая группа», например, есть у других сайтов socreklama.ru, 1soc.ru, wwf.ru, lifecenter.spb.ru. Но ее нет у других социальных сервисов, размещенных в этой сети: adme.ru и moikomras.ru. Данное обстоятельство объясняется тем, что эти ресурсы лишь размещают у себя социальную (и иную) рекламу, но не занимаются ее производством, креативом, требующим свежих идей и неожиданных оценок.

Похожая описанной структуре рекламного сообщения о сайтах социальной рекламы ВКонтакте структура таких же сообщений существует и в других социальных сетях (Twitter, Facebook, Livejournal, YouTube).

Следует полагать, что объем и форма изложения осведомительной информации о сайте воздействует на разные группы аудитории социальных сетей по-разному, поэтому говорить о предпочтительности того или иного из вариантов «рекламирования» сайтов в сети затруднительно. Обоснованный вывод об этом может быть сделан только на основе научного исследования данного вопроса. Однако вполне можно полагать, что активное продвижение информации о сайтах социальной рекламы в социальных сетях будет продолжено.

Список литературы

Байков В. Интернет. Поиск информации. Продвижение сайтов. М., 2000.

Николайшвили Г. Социальная реклама. М.: Аспект пресс, 2008.

Ретвев А. Мудрый рекламодатель. М.: Эксмо, 2008.

Поступила в редакцию
25.11.2011