

Научный вестник
Кубанского государственного университета

Медиакоммуникация

№ 1 (1) 2015

Выходит 2–4 раза в год. Издаётся с декабря 2015 года.

Учредитель – Кубанский государственный университет.

Адрес редакции: 350018 г. Краснодар, ул. Сормовская, 7. E-mail: kubgu@inbox.ru.

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации

ПИ № ФС77-60936 от 02 марта 2015 г.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

С.А. НЕБОЛЬСИН

доктор филологических наук,
профессор Института мировой литературы
им. М. Горького РАН

М.В. ШКОНДИН

доктор филологических наук,
профессор факультета журналистики
Московского государственного университета

П.Н. КИРИЧЁК

доктор социологических наук,
профессор кафедры журналистики
Московского гуманитарного университета

В.Д. ПОПОВ

доктор философских наук,
профессор Международного университета
природы, общества и человека «Дубна»

Б.Г. КОЙБАЕВ

доктор политических наук,
профессор Северо-Осетинского
государственного университета

Е.Г. БЕБИА

доктор филологических наук,
профессор Абхазского государственного
университета

В.В. СМЕЮХА

доктор филологических наук,
профессор Ростовского государственного
университета путей сообщения

А.Г. ШИЛИНА

доктор филологических наук,
профессор Крымского федерального
университета им. В.И. Вернадского

В.И. ШУЛЬЖЕНКО

доктор филологических наук,
профессор кафедры языкознания,
русской филологии,
литературного и журналистского
мастерства Пятигорского государственного
лингвистического университета

М.А. ХАКУАШЕВА

доктор филологических наук,
профессор, ведущий научный сотрудник
отдела адыгской филологии
Кабардино-Балкарского института
гуманитарных исследований,
член Союза писателей РФ

Т.Б. ДЖАБЕКОВА

доктор филологических наук,
профессор, зав. кафедрой русской литературы
Чеченского государственного университета

Ш.Е. ШАЗЗО

доктор филологических наук,
профессор, зав. отделом литературы и фольклора
Адыгейского республиканского института
гуманитарных исследований им. Т. Керашева

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Н.П. КРАВЧЕНКО – главный редактор, доктор филологических наук, профессор

Л.И. ДЕМИНА – зам. главного редактора, доктор филологических наук, профессор

Р.И. МАЛЬЦЕВА – зам. главного редактора, доктор филологических наук, профессор

Ю.М. ПАВЛОВ – доктор филологических наук, профессор

Г.М. СОЛОВЬЕВ – доктор филологических наук, профессор

А.Л. ФАКТОРОВИЧ – доктор филологических наук, профессор

Л.Н. ХОРЕВА – кандидат филологических наук

Д.А. НОСАЕВ – кандидат филологических наук

Е.Е. ЖУК – переводчик

Scientific Bulletin of Kuban State University **Media Communication**

N 1 (1) 2015

Issued 2–4 times a year. Published since December 2015. The founder – Kuban State University
Editorial Office address: 350018 Krasnodar, Sormovskaya Street, 7. E-mail: kubgu@inbox.ru
The journal is registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information
Technologies and Mass Media (Roskomnadzor). The registration certificate of mass media
ПН № ФС77-60936 of March 2, 2015.

EDITORIAL COUNCIL:

S.A. NEBOLSIN

Doctor of Philology
Professor of Institute of World Literature
named after M. Gorky RAN

M.V. SHKONDIN

Doctor of Philology,
Professor of Journalism Faculty
Moscow State University

P.N. KIRICHYOK

Doctor of Sociology,
Professor of Journalism Department
Moscow Humanitarian University

V.D. POPOV

Doctor of Philosophy,
Professor of Dubna International University
for Nature, Society and Man

B.G. KOIBAIEV

Doctor of Political Science,
Professor of The North-Ossetian State University

E.G. BEBIA

Doctor of Philology,
Professor of Abkhazian State University

V.V. SMEYUKHA

Doctor of Philology,
Professor of Rostov State Transport University

A.G. SHILINA

Doctor of Philology
Professor of the Crimea Federal University
named after V.I. Vernadsky

V.I. SHULZHENKO

Doctor of Philology,
Professor of Department of Linguistics, Russian
Philology, Literature and Journalistic Mastery

M.A. KHAKUASHEVA

Doctor of Philology,
Professor, Leading Researcher of Department
of Adyghe Philology Kabardino-Balkariya
Institute of Humanities Research,
Member of the Union of Writers
of the Russian Federation

T.B. DZHABEKOVA

Doctor of Philology,
Professor, Head of Department of Russian Literature
Chechen State University

SH.E. SHAZZO

Doctor of Philology,
Professor, Head of Department of Literature
and Folklore Adyghe Republican Institute
of Humanities Research
named after T. Kerashev

EDITORIAL BOARD:

N.P. KRAVCHENKO – Editor-in-Chief, Doctor of Philology, Professor
L.I. DYOMINA – Deputy Editor-in-Chief, Doctor of Philology, Professor
R.I. MALTSEVA – Deputy Editor-in-Chief, Doctor of Philology, Professor
YU.M. PAVLOV – Doctor of Philology, Professor
G.M. SOLOVYOV – Doctor of Philology, Professor
A.L. FAKTOROVICH – Doctor of Philology, Professor
L.N. KHOREVA – Candidate of Philology
D.A. NOSAEV – Candidate of Philology
E.E. ZHUK – translator

© Кубанский государственный университет, 2015
© Авторы статей, 2015

Содержание

МЕДИАКУЛЬТУРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

Киричѳ П.Н. Дуальность массмедийной коммуникации.....	5
Попов В.Д. Информационно-семиотический и культурный потенциал СМИ в управлении.....	11
Факторович А.Л. Смысловая полифония и медийная преемственность (на примере печати середины 1941 г. и современного школьного издания).....	17
Эрнст В.В. Эколого-культурная миссия современного российского телевидения.....	19

ЖУРНАЛИСТИКА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВА

Зуев В.А. Информационный патогенез как фактор социально-политической детерминации.....	23
Койбаев Б.Г. Медиатизация проблематики этноконфессиональных взаимоотношений в условиях глобализации.....	27
Шувалов С.С. Коммуникативная природа процесса коммерциализации медиа.....	33
Яблоновская Н.В. Художественная литература и массмедиа: сближение в системе социальных коммуникаций.....	37

ТИПОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Бебиа Е.Г. Медийно-личностное измерение очерковой стилистики.....	44
Григоренко И.Н. Функциональные особенности концептов в текстах информационного характера.....	51
Смеюха В.В. Трансформация функций массмедиа (советский и постсоветский период).....	55
Хлопунова О.В. Конвергентные модификации СМИ в регионе (на примере средств массовой информации муниципального образования город Новороссийск).....	62

ЭЛЕКТРОННЫЕ СМИ В КОНТЕКСТЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Соловьев Г.М. Особенности и закономерности восприятия телевизионного медиатекста: попытка диагноза.....	66
Сомова Е.Г. Звукообраз как инструмент поэтического перевода.....	69

РЕКЛАМА И PR: ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ

Немец Г.Н. Паблик рилейшнз как концептуальная система.....	72
--	----

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ И КРИТИКА

Демина Л.И. И.А. Бунин и Б.П. Екимов о судьбе русской деревни.....	77
Кравченко Н.П. «Выбранные места из переписки с друзьями» Н.В. Гоголя как поступок писателя-публициста.....	81
Мороз О.Н. Философская концепция В.В. Розанова о душе в сатирической «Поэме» А.Н. Чичерина: «трансцендентный мир» и любовный порыв.....	86
Павлов Ю.М. «Русская тема» В. Пьецуха - образец непрофессионализма.....	93
Синкевич М.С. Прогрессистская идеология в современных СМИ.....	98
Хакуашева М.А. Мотив жертвы и «жертвенный кризис» Р. Жерара в контексте неомифологизма.....	101
Шаззо Ш.Е. Художественное своеобразие адыгейской поэзии.....	107

ЯЗЫК И СТИЛЬ СМИ

Мальцева Р.И. Медиастиль как новый функциональный вариант современного русского языка.....	112
---	-----

РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ПАРАДИГМА

Носаев Д.А. Особенности внедрения композиционно-графических моделей периодических изданий.....	117
--	-----

РЕЦЕНЗИИ

Хорева Л.Н. К выходу нового учебного пособия по основам журналистской деятельности.....	120
---	-----

Contents

MEDIA CULTURE AND MEDIA EDUCATION

Kirichyok P.N. DUALITY OF MASS COMMUNICATION	5
Popov V.D. INFORMATIONAL, SEMIOTIC AND CULTURAL POTENTIAL OF MASS MEDIA IN MANAGEMENT.....	11
Faktorovich A.L. SENSE POLYPHONY AND MEDIA SUCCESSION (USING THE EXAMPLE OF PRESS OF THE MIDDLE OF 1941 AND PRESENT-DAY SCHOOL PUBLICATION).....	17
Ernst V.V. ECOLOGICAL AND CULTURAL MISSION OF THE MODERN RUSSIAN TELEVISION.....	19

JOURNALISM AS A SOCIAL AND CULTURAL INSTITUTE OF SOCIETY

Zuev V.A. INFORMATION PATHOGENESIS AS A SOCIO-POLITICAL DETERMINATION.....	23
Koibaev B.G. MEDIATIZATION PERSPECTIVE OF ETHNO-CONFESSIONAL RELATIONS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION.....	27
Shuvalov S.S. THE PROBLEM OF COMMUNICATIVE CHARACTER OF THE PROCESS OF COMMERCIALIZATION OF MEDIA.....	33
Yablonovskaya N.V. FICTION AND MASS MEDIA: CONVERGENCE IN SOCIAL COMMUNICATIONS.....	37

TPOLOGY OF JOURNALISM

Bebia E.G. SPECIFIC CHARACTER OF TV JOURNALIST'S WORK AT THE CREATION OF DOCUMENTAL FILM.....	44
Grigorenko I.N. FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF CONCEPTS IN INFORMATIVE TEXTS.....	51
Smeyukha V.V. TRANSFORMATION OF MASS MEDIA FUNCTIONS (SOVIET AND POST-SOVIET PERIODS).....	55
Khlopunova O.V. CONVERGENT MODIFICATIONS OF THE MEDIA IN THE REGION (USING THE EXAMPLE OF MASS MEDIA IN THE MUNICIPAL UNIT – THE CITY OF NOVOROSIYSK).....	62

ELECTRONIC MASS MEDIA IN THE CONTEXT OF MASS COMMUNICATION

Solovyov G.M. FEATURES AND LAWS OF PERCEPTING TELEVISION MEDIATEXT: ATTEMPT AT DIAGNOSIS.....	66
Somova E.G. SOUND IMAGE AS AN INSTRUMENT OF THE POETICAL TRANSLATION.....	69

ADVERTISEMENT AND PUBLIC RELATIONS: INFORMATIONAL FIELD

Nemets G.N. PUBLIC RELATIONS AS A CONCEPTUAL SYSTEM.....	72
---	----

LITERARY STUDIES AND CRITICISM

Demina L.I. I.A. BUNIN AND B. P. EKIMOV ABOUT THE FATE OF THE RUSSIAN VILLAGE.....	77
Kravchenko N.P. "SELECTED PARTS FROM THE CORRESPONDENCE WITH FRIENDS" BY N.V. GOGOL AS AN ACT OF A WRITER-PUBLICIST.....	81
Moroz O.N. V.V. ROZANOV'S PHILOSOPHICAL CONCEPTION ABOUT SOUL IN THE SATIRICAL «POEM» BY A.N. CHICHERIN: «TRANSCENDENTAL WORLD» AND LOVE IMPULSE.....	86
Pavlov Y.M. "RUSSIAN THEME" V.PYETSUKH - AN EXAMPLE OF UNPROFESSIONALISM.....	93
Sinkevich M.S. PROGRESSIVE IDEOLOGY IN MODERN MASS MEDIA.....	98
Khakusheva M.A. VICTIM MOTIVE AND "SACRIFICIAL CRISIS" OF R.GIRARD WITHIN THE CONTEXT OF NEOMYPHOLOGISM.....	101
Shazzo S.E. ARTISTIC PECULIARITY OF ADYGHE POETRY.....	107

LANGUAGE AND STYLE OF MASS MEDIA

Maltseva R.I. MEDIA STYLE AS A NEW FUNCTIONAL VARIANT OF CONTEMPORARY RUSSIAN LANGUAGE.....	112
---	-----

EDITORIAL AND PUBLISHING PARADIGM

Nosaev D.A. SPECIAL FEATURES OF INTRODUCING COMPOSITIONAL AND GRAPHICAL MODELS OF PERIODICALS.....	117
--	-----

REVIEWS

Khoreva L.N. ABOUT THE PUBLICATION OF A NEW TEXTBOOK ON THE BASICS OF JOURNALISM ACTIVITY	120
---	-----

Медиакультура и медиаобразование

УДК 070.19

Киричѐк Петр Николаевич

доктор социологических наук,

профессор кафедры журналистики Московского гуманитарного университета

ДУАЛЬНОСТЬ МАССМЕДИЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: В статье в поле журналистской деятельности экстраполируется концепция диалога М.М. Бахтина. С помощью структурно-функционального метода анализируется публицистический (рефлексивный) образ социальной реальности. Выявляется двойственность его исходного основания: симбиоз вербально-визуальных идеологем. Выводится формула исчисления коэффициента объективности журналистской информации. Демонстрируется степень неравенства респондентского и корреспондентского начал в массовой коммуникации. Делается вывод о возможности преодоления дисбаланса между информационными интересами элиты и массы.

Ключевые слова: дуальность, массовая коммуникация, информация, образ, реальность, заказ, диалог.

Petr Nikolaevich Kiricheyk

Doctor of Sociology

professor of the Department of Journalism at Moscow Humanitarian University

DUALITY OF MASS COMMUNICATION

Abstract. The article analyses the dual features of mass communication in the context of the modern theory of journalism. The M.M. Bakhtin's concept of a dialogue is extrapolated into the field of journalism. The publicistic (reflexive) image of social reality is analyzed here with the help of structural-functional method. The author reveals the duality of its original foundation: symbiosis of verbal and visual ideologies generated by journalistic implementation of social and official demands for socially significant information. The article shows direct and indirect dependence of the level of objectivity or subjectivity of everyday reality, displayed in press, on mediatextual «diffusion» of social and official vectors. The author gives the formula of calculating of the coefficient of objectivity (authenticity) of journalistic information. The article demonstrates the degree of inequality of respondent and correspondent rudiments in mass communication. There is given conclusion about the possibility of overcoming the well-established in the public sphere imbalance between information interests of the elite and the masses.

Keywords: duality, mass, communication, information, image, reality, demand, dialogue.

По всем объективным критериям дуальность (разноплановая двойственность) представляется доминантным свойством массмедийной коммуникации. Ее содержание, несмотря на формальную множественность, сводится в один креативно-рефлексивный субстрат – отраженный модуль социальной реальности как логически выстроенную журналистами сумму (вытяжку) фактов, событий, явлений из жизни социума. При этом бесполезно искать ее полновесный облик в публицистике, точно так же, как обнаруживать правду жизни в изысканной словесности, где есть действительные прототипы, но нет прямых копий людских характеров.

Как говорят с амвона, и ныне, и присно, и во веки веков читатель, зритель, слушатель обречен иметь дело с публицистическим (рефлексивным) образом социальной реальности. Образ этот имеет под собой двойственное исходное основание: он фундируется вербально-визуальными идеологе-

мами, которые порождаются, с одной стороны, социальным (народным) заказом на значимую информацию, а с другой стороны, официальным (властным) его аналогом. Это дуальность первого порядка: от медиатекстуального синтеза двух идеологемных потоков в решающей степени зависят объективная «прямота» или субъективная «кривизна» отображенной в прессе повседневной реальности.

Теперь – прямое следствие этой дуальности, производное от наличной пропорции народной и властной идеологем. Если в журналистском замысле и последующем его воплощении присутствует лишь социальный заказ на значимую информацию, тогда медиатекст рискует носить крайне левый характер, что часто случается, например, с публикациями газеты «Мир новостей»: «Недвусмысленный ответ на вопрос, кому на Руси жить хорошо, был дан на прошлой неделе. Высо-

копоставленное чиновничество, парламентский корпус, сотрудники их аппаратов, чада и домочадцы получили право на бесплатное обеспечение лекарствами... Что ж это за логика такая порочная? Богатым людям, которым лекарства купить – раз плюнуть, дают право за них совсем не платить. А беднякам предоставляется возможность выбирать между куском хлеба и упаковкой таблеток» [5].

И наоборот, если в журналистском выступлении присутствует лишь официальный заказ, тогда медиатексту «угрожает» обретение крайне правого характера, что нередко замечается в публикациях «Российской газеты»: «Вторая часть предлагаемого законопроекта вообще сенсационна. «Принудительное милосердие» – так поспешили окрестить саму идею противники новации. Суть в том, что депутаты предлагают принудить владельцев магазинов отдавать нераспроданный товар бедным... Когда парламент Франции принимал закон, обязующий супермаркеты отдавать бедным еду с истекающим сроком годности, все торговцы нещадно критиковали законодателей. Однако французских парламентариев это не остановило. Примет ли наша Госдума столь вызывающий, но тем не менее благородный законопроект, покажет время» [3].

Истина, как всегда, тяготеет к золотой середине, но в данном случае располагается несколько левее. Оптимальным сочетанием народного и властного начал будет преобладание в медиатексте социального заказа на значимую информацию наряду с присутствием официального аналога в качестве диалектического противовеса. И тогда в публикации умело учитываются и гармонично сопрягаются интересы общественных институтов и властных структур, иными словами: элиты и массы, как это характеризует большинство выступлений «Литературной газеты», например: «Голоса в защиту «русского взгляда» на прошедшее нередко натываются на обструкцию, подчас с ходу выдвигаются обвинения в шовинизме. Можно заметить, что проводить национально ориентированную линию в политике, в том числе в образовании и культуре, – дело, по сути, жертвенное, не особо поощряемое государством. Проводится якобы отказ от идейной детерминанты, но это лукавство, потому что лозунг «Да здравствует деидеологизация!» маскирует гиперлиберализм в фарватере целей «вашингтонского обкома» [11].

Дальше – больше: публицистическая первопричина необходимости информационного баланса общественных и государственных интересов обуславливается обязательным, по мнению Е.И. Прониной, «учетом реальных проблем, разрешение которых является целью журналистского выступления, и результатов, на которые рассчитывает публикация» [9, с. 92]. Но самое первое

(интуитивное) ощущение реальных проблем зарождается прежде всего в массовом сознании. Не столь важно, что это ощущение проявляется в неясной, туманной, расплывчатой форме – но суть важно, что именно здесь. Опять же разделение труда выглядит четко и ясно: масса занимается фактическим наполнением социальных проблем, а элита – их формулированием и определением способов решения. Значит, импульсы социальной реальности индуцируются массой, а затем они воспринимаются элитой, которая придает им окончательную завершенность в виде целеполагающих ориентиров.

В информационном пространстве массу замещает потенциальная (реальная, целевая) аудитория, а элиту – властные структуры и журналистский аппарат. Это дуальность второго порядка: с двух сторон информационные сигналы, адекватные потребностям массы и интересам элиты, посылаются на рынок идей, взглядов, мнений. Сталкиваясь в информационном пространстве, они дают в итоге социально-политическую результирующую. Ее вектор во многом зависит от «сотрудничества» народно-массового и властно-журналистского мнений по поводу одного и того же социального факта, события, явления. И здесь, даже при резком расхождении взглядов, информационные регуляторы должны содействовать общественному согласию и политической стабильности, не допуская подавления одного мнения другим: в противном случае истина, способная примирить всех граждан региона, не приближается, а скорее отдаляется.

Дуальность массовой коммуникации обусловливается изначально лежащим в основе информационного пространства феноменом диалога. Его теорию фундаментально разработал М.М. Бахтин в смежной с публицистикой области творчества – с помощью эстетически-аналитических операций на художественно-словесном материале. Конечно, образное пространство изящной словесности предопределяет едва ли не полную гегемонию духа диалога, абсолютно возможную лишь в особо благоприятном для него мире условностей искусства. Но универсальная по своему значению идея диалога вполне поддается экстраполяции на пограничные с изящной словесностью творческие проявления человеческого духа, в том числе на публицистику, особенно отечественную с ее тонким психологизмом и глубоким морализмом.

Естественно, публицистический род литературы изначально не способен предоставить диалогу режим наибольшего благоприятствования, свойственный художественному тексту. Доминирующее в публицистике понятие, по своей природе отличное от образа, инерционно тяготеет к монологическим формам изъяснения, ведь оно априорно замкнуто в категоричной определенно-

сти существенного признака предмета (явления). Да и в упрощенной форме публицистическому понятию нет дела до нюансов, оттенков, переходных состояний предмета (явления), столь важных и необходимых для художественного образа, претендующего на тонкие психоизыскания в космосе человеческой души.

Тем не менее сам М.М. Бахтин не исключал благоприятной возможности для зарождения и существования диалога в жесткой системе публицистических понятий, для которой образ имеет вспомогательное значение: «Журналист – прежде всего современник. Он обязан им быть. Он живет в сфере вопросов, которые могут быть разрешены в современности (или, во всяком случае, в близком времени). Он участвует в диалоге, который может быть кончен и даже завершен, может перейти в дело, может стать эмпирической силой» [2, с. 376].

Идея диалога для публицистики имеет особо важный характер в переходную эпоху, когда реально существует дефицит цивилизованного общения в информационном пространстве, прерывающий прямую и обратную связь в массовой коммуникации и насаждающий в общественной атмосфере синдром людского непонимания и даже отчуждения. В одном из областных центров в ходе избирательной кампании случилась вполне показательная пикировка между демократической и коммунистической газетами. Первая, критикуя коммунистов и проповедуемый ими социализм, заметила, что улица Коммунистическая в городе заканчивается кладбищем. Через день, отвечая оппоненту, другая газета поведала о том, что улица Демократическая начинается с мусорной свалки на берегу загрязненной бытовыми отходами речушки.

В сухом остатке после этого публичного обмена «любезностями» выходит следующее умозаключение: уязвив друг друга, журналисты породили фактически бесполезную информацию. Символично, что обе газеты со временем исчезли с горизонта, не выдержав рыночной конкуренции. Но вместе с ними, увы, не исчез в прессе тип конфликтного общения, грозящий не только информационным, но и социальным кризисом. И смягчить, а может, и устранить кризис публицистики, встраивающей в массовое сознание стрессовый тип публичной коммуникации, вполне способна трансплантированная в ее ауру идея диалога.

На самом деле, именно публицистический диалог (в широком смысле: журналистики с обществом-государством) конструирует информационную модель действительности. Она составляется, с одной стороны, мнением журналистского аппарата, прямо «делающего» медиапродукт (газета, радиопередача, телепрограмма), и с другой – мнением массовой аудитории, косвенно «делающей» медиапродукт. Информационная же модель дей-

ствительности «монтируется» из двух продуцированных социально-профессиональным диалогом словесно-мысленных пластов – респондентского (чужого) и корреспондентского (своего).

И это уже дуальность третьего порядка, где механика процесса протекает таким образом:

а) первый рефлексивный пласт поступает в инфосреду путем вербально-визуального оформления многообразных ожиданий, запросов, интересов и оценок людей по отношению к окружающей действительности, в том числе к деятельности общественных институтов и органов управления. Для него свойственны стихийность, фрагментарность, мозаичность, характерные для непосредственного (эмпирического) отображения действительности;

б) второй рефлексивный пласт поступает в инфосреду путем творчески-технологических операций, прodelьваемых штатными журналистами над фактами, событиями, явлениями жизни. Для него свойственны сознательность, упорядоченность, целостность, характерные для интерпретированного (идеологического) отображения действительности.

В сущности, искомая для общества адекватность информационной модели самой действительности проистекает из равноправного диалога между респондентским отражением и корреспондентской интерпретацией фактов, событий, явлений из жизни социума. Если же в процессе отображения будет превалировать один из двух медийных ингредиентов, особенно журналистско-аппаратный, тогда вряд ли удастся избежать искажения в медиатексте действительной картины человеческого бытия – вот почему в журналистской практике важно соблюдать гармоничную пропорцию «чужой» и «своей» информации.

Вопрос здесь в конечном счете сводится к достоверности (объективности) работы прессы, продуцирующей картину либо истинного бытия, либо псевдобытия. Применительно к периодическому изданию степень достоверности (объективности) в первом приближении можно замерить по формуле:

$$\text{Коэффициент объективности} = \frac{\text{Информация респондентская}}{\text{Информация корреспондентская}}$$

Исчисление производится в объемах «чужой» и «своей» информации, выраженных количеством отведенных под них газетных строк. В позитивном варианте полученный коэффициент достоверности (объективности) должен быть больше единицы, так как мнение журналистского аппарата, высказываемое в газете, является лишь частью, порой незначительной, целостного общественного мнения, не способной заменить послед-

нее целиком без нанесения ущерба общественному сознанию и политической культуре массовой аудитории. Между тем большинство количественных замеров фиксируют преобладание в сегодняшних газетах объемов информации, которая сделана их штатными сотрудниками.

В отдельных случаях дело обходит до абсурда: без вящей на то производственной необходимости журналисты начинают писать о самих себе, о своих внеслужебных занятиях – например, целая страница очередного номера республиканской газеты посвящается сдаче штатными ее сотрудниками норм ГТО: «Не остались в стороне от благородного и нужного дела журналисты республиканских СМИ («Известия Мордовии», «Столица С», «10 канал»). Свою силу и ловкость они проверили в минувшую субботу в городском спорткомплексе... Решение журналистов сдать нормы ГТО организаторы назвали примером, достойным подражания, и выразили уверенность, что работники СМИ покажут неплохие спортивные результаты» [7].

При отмеченной общей тенденции перевес «своей» информации над «чужой» в отдельных номерах газет выглядит просто подавляющим. Например, в одном из номеров единственной в регионе ежедневной газеты корреспондентская информация по объему превосходит респондентскую в 9,7 раза. Полный баланс этого номера следующий: информация, подготовленная корреспондентами, составляет 3525 строк; информация, поступившая от респондентов, – 365; информация телеграфных агентств и официальных пресс-служб – 370; реклама (вместе с недельной телепрограммой) – 3275; площадь, отведенная для фотоснимков с текстовками, – 1330 строк. В процентах их соотношение составляет соответственно 39,7; 4,1; 4,2; 36,9; 15,1.

Газетная площадь, занятая информацией телеграфных агентств страны и мира, а также рекламой, телепрограммой и фотоснимками, для отражения и формирования общественного мнения в регионе не имеет принципиального значения. Следовательно, эти информационные объемы можно из вычислений исключить. Коэффициент достоверности (объективности), таким образом, будет равен:

$$K = 365 \text{ строк} : 3525 \text{ строк} = 0,1.$$

И это, близкое к нулю, значение коэффициента объективности (достоверности) газеты [7], безусловно, является неоспоримым свидетельством настоящей монополии журналистско-аппаратного мнения в не самой малой части инфосреды, дотируемой, кстати, из государственного бюджета, который формируется за счет налогоплательщиков, к коим относится все взрослое на-

селение региона. Но оно состоит из людей разных взглядов, убеждений, интересов, политических симпатий и пристрастий, множественность сознания и поведения которых объективно востребует наличие плюралистического управленческого дискурса: он представляет собой, в определении С.А. Шилиной, «процесс выстраиваемой в диалоговом режиме двухсторонней коммуникации. Механизмы управленческого дискурса предполагают взаимодействие государства, гражданского общества, бизнеса и других общественных и политических структур, с целью достижения взаимопонимания» [12, с. 5].

В принципе, любая монополия (экономическая, политическая, культурная) не приемлет диалога. Реализованная в публицистике, монополия на истину предпочитает противоположную форму выражения – монолог непосредственного производителя-распространителя массмедийной продукции, заявленный от себя лично или от имени спонсора (учредителя). И вполне естественно, что постановка дискуссионных вопросов и постулирование ответов в «своих» медиатекстах обычно отдает непримиримой монологистикой, при которой диспозиция мнений разнообразием не отличается, поскольку, по М.М. Бахтину, «идея или утверждается, или отрицается» [1, с. 94].

Увы, третьего здесь не дано. Неоткуда взяться в этих медиатекстах внутреннему спору или рефлексивному сомнению в своей правоте и – тем более – спасительному иммунитету от собственного агрессивно-непреклонного, а потому и малопродуктивного мнения. Как известно, информационный монополизм, не приближающий, а отдаляющий истину, обрекает себя на постепенно угасающую эвристичность: «всегда правый» журналист неизбежно попадает в плен своего сознания – в результате просто перестает воспринимать чужое мнение.

Что ж, такова планида инфосреды цивилизованного общества (государства): она одинаково не приемлет ни респондентской, ни корреспондентской односторонности. Но влияние живой актуальной публицистики на выявление и формирование общественного мнения будет значительно благотворнее, если в журналистской практике получит приоритет социальная информация, идущая снизу, от массовой аудитории. И эта парадигма должна стать главенствующей этической характеристикой современных информационных технологий, которая определяет поведенческие постулаты для журналиста во всех производственных ситуациях.

Конечно, корреспондентский словесно-мыслительный пласт обычно более профессионален, он замешен на элитарной культуре и имеет куда более сильное воздействие на сознание и поведение

людей. Но зато респондентский пласт, отвергаемый или урезаемый сегодня аппаратом прессы, способен в потенциале давать максимально полную и объективную картину эмпирических источников социальных (экономических, политических, культурных) процессов, откуда, собственно, и начинается их массовое понимание на причинно-следственном уровне.

В идущей снизу социальной информации сливается все многоголосие общества, выразить которое просто не под силу малым группам даже литературно одаренных людей, собранных в редакциях по признаку вербально-визуального таланта. В итоге сводить «чужой» информационный голос в публицистическом диалоге до минимума, а тем более совсем его исключать – значит преднамеренно идти на искажение сведений об окружающей действительности и вбрасывать в массовое сознание в лучшем случае полуправду, а в худшем – ложь.

Оказавшись монополистами в информационном пространстве, штатные журналисты многих изданий постоянно претендуют на ведущую роль в диалоге с общественным мнением, превращая его в конечном счете в монолог по собственному сценарию. А последний, тиражируемый в массовом варианте, неизбежно подводит общество к кризису свободного слова. От него же один шаг к другому – социально-политическому кризису: идеологическому диктату и еще дальше – тоталитарному (авторитарному) режиму власти, которая «передоверяет» свое общение с народом штатным специалистам паблик рилейшнз.

В конце концов, журналистика с публицистикой зародились в ответ на потребность людей знать нутро самой жизни, а не нутро специалиста пера, камеры, микрофона, переваривающего ее по своему вкусу: «Первейшая задача журналиста – гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности. Журналист излагает факты добросовестно, сохраняя их подлинный смысл, вскрывая важнейшие связи и не допуская искажений. Он максимально использует свои творческие способности для того, чтобы общественность получила достаточно материала, позволяющего ей сформировать точное и связанное представление о мире. Так, чтобы происхождение, природа и сущность событий, течение и положение дел были поняты как можно более объективно» [8].

Тот тип общества, который свойствен современной России, наполнен разносторонней борьбой – экономической, политической, идеологической. И, конечно, журналистика с публицистикой, подчиняясь общим законам диалектики, тоже насыщается борьбой – с одной стороны, привносимой в инфосреду извне различными социальными силами, людскими массами, а с другой стороны,

производимой изнутри журналистским аппаратом, часто имеющим свои, отличные от других слоев населения цели и намерения. При этом перенасыщенность борьбой вполне естественно, как считает М.К. Горшков, снижает продуктивно-полезные возможности отечественной инфосреды: «Преобладание «митинговой» демократии, эмоционально-чувственной стороны полемики нередко подавляет ростки рассудительно взвешенных, зрелых демократических форм мышления» [4, с. 350].

Осуществляемый на низком профессионально-культурном уровне обмен различными взглядами на типы жизнеустройства не способен привести к консенсусу в публичной сфере. Этому обмену недостает нравственного вектора поиска истины. Да его и быть не может там, где участники медийного общения не соблюдают простейших моральных обязательств друг перед другом, как это часто бывает в интересных телепрограммах В.Р. Соловьева «Поединок» и «К барьеру!». «Классическая» двухмерность медиатекста, по А.И. Солженицыну, сужает возможности конструктивного решения духовно-практических вопросов бытия: «Сейчас во всем мире самое распространенное рассмотрение проблем – политическое или юридическое. В этой плоскости очень малые возможности, это бедная плоскость. Эта плоскость сводится к «левому» и к «правому»... Это бедное рассуждение, в политической плоскости. Вообще пора нам всем оставлять его и подниматься над ним» [10, с. 266].

Весь комплекс содержательной наполненности и формальной определенности жизнедеятельности страны (региона) с журналистской точки зрения может проявляться в медиатекстах по-разному – в зависимости от методологического инструментария, которым пользуется при отображении действительности массмедийный специалист. Если его цель – снабдить общественное мнение неискаженной фактурой социальной реальности, то журналист прибегает к методу отражения и выдает инфопродукты, которые подходят под все виды текстов-сообщений, а также под логически доказательные, фактически убедительные и доказательно-убедительные тексты. Если же его цель – переиначить фактуру социальной реальности для общественного мнения в своих (заказных) интересах, то он прибегает к методу интерпретации и выдает инфопродукты, которые подходят под все виды текстов-внушений, а также легко и трудно опровергаемые тексты-убеждения.

В первом случае журналист воздействует преимущественно на сознание читателя, зрителя, слушателя и в отдельных моментах – на его подсознание, а во втором – преимущественно на подсознание реципиента и в отдельных моментах – на его сознание. В первом случае, как правило, реализуется праведная цель, во втором – непра-

ведная. Первый свод приемов обычно работает на социальную перспективу, второй – на групповую конъюнктуру. Первый свод представляет массовой аудитории системно-объективное знание о происходящем в действительности, второй – отрывочно-гипертрофированное.

В итоге массмедийный процесс кристаллизует дуальность четвертого порядка: а) в одной – диалогичной – ситуации общения журналист способствует воспитанию в широких слоях населения страны (региона) высокой гражданской культуры, связанной с сознательным целенаправленным участием граждан в общественной жизни; б) в другой – монологичной – ситуации общения журналист формирует у людей социальные инстинкты крайнего толка – смирение или бунтарство, выраженное либо намеренным бойкотом даже выборов и референдумов, либо митинговой суетой, пикетами,

демонстративными формами всевозможных протестов.

На самом деле, рост числа граждан с активным отношением к базовым (политическим, экономическим, культурным, нравственным) ценностям современного общества и адекватное этому процессу снижение числа лиц, пассивно к ним настроенных, прямо зависит от качественного состояния публичной сферы, которая повседневно подпитывается целевой системой производства, распространения, потребления массмедийной информации. И вряд ли стоит лишний раз доказывать, насколько рационален для журналистики с публицистикой и полезен для общества с государством первый путь и, наоборот, насколько ошибочен и вреден второй путь. Консенсуса между ними не существует в природе: это – дуальность взаимоисключающих понятий.

Библиография использованных источников:

1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М., 1979.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1986.
3. Городова М. Отдам еду в хорошие руки // Российская газета. 2015. 3 сент.
4. Горшков М.К. Общественное мнение: История и современность. М., 1988.
5. Грегоров М. Власть провоцирует «таблеточный» бунт // Мир новостей. 2015. 24 марта.
6. Известия Мордовии. 2014. 28 окт.
7. Кириллов В. Отжимались шутя обладатели значка. Журналисты Мордовии сдавали нормы ГТО // Известия Мордовии. 2014. 29 окт.
8. Международные принципы профессиональной этики журналиста // Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 1991.
9. Пронин Е.И. Журналистский текст как система выразительных средств // Методы журналистского творчества. М., 1982.
10. Солженицын А.И. Пресс-конференция в Цюрихе 16 ноября 1974 г. // Из-под глыб : сб. ст. М., 1992.
11. Сухомлинов В. Имитация патриотизма // Литературная газета. 2015. 14–20 окт.
12. Шилина С.А. Управленческий дискурс как технология коммуникативного взаимодействия государства и общества // Вестник ПАГС. 2011. № 4 (29).

References:

1. Bakhtin M.M. Problemy poetiki Dostoyevskogo [Problems of Dostoevsky's Poetics]. Moscow, 1979. (rus)
2. Bakhtin M.M. Estetika slovesnogo tvorchestva [Aesthetics of Verbal Creativity]. Moscow, 1986. (rus)
3. Gorodova M. Otdam yedu v horoshiye ruki. Rossijskaya gazeta [Russian Newspaper], 2015, September 3. (rus)
4. Gorshkov M.R. Obshchestvennoye mneniye: istoriya I sovremennost [Public Opinion: Past and Present]. Moscow, 1988. (rus)
5. Gregorov M. Vlast' provociruyet «tabletochnyj» bunt. Mir novostey [World of News], 2015, March 24. (rus)
6. Izvestiya Mordovii [News of Mordovia]. 2014, October 28. (rus)
7. Kirillov V. Otzhimalis' shutya obladataeli znachka. Zhurnalisty Mordovii sdavali normy GTO. Izvestiya Mordovii [News of Mordovia]. 2014, October 29. (rus)
8. Mezhdunarodnye principy professional'noj etiki zhurnalista / Avraamov D.S. Professionalnaya etika zhurnalista [Professional Ethics of Journalists]. Moscow, 1991. (rus)
9. ProninYe.I. Zhurnalistiskij tekst kak sistema vyrazitel'nyh sredstv. Metody zhurnalistского tvorchestva [Methods of journalistic creativity]. Moscow, 1982. (rus)
10. Solzhenicyn A.I. Press-konferenciya v Cyurihe 16 noyabrya 1974 g. Iz-pod glyb: sbornik statey [Under the Blocks: Digest of Articles]. Moscow, 1992. (rus)

11. Suhomlinov V. Imitaciya patriotizma. Literaturnaya Gazeta [Literary Newspaper]. 2015, October 14-20. (rus)
12. Shilina S.A. Upravlencheskij diskurs kak tekhnologiya kommunikativnogo vzaimodejstviya gosudarstva i obshchestva. Vestnik PAGES [PAGES' Bulletin]. Saratov, 2011, no. 4 (29). (rus)

УДК 070.1

Попов Владимир Дмитриевич

доктор философских наук, профессор,

заслуженный деятель науки РФ

ИНФОРМАЦИОННО-СЕМИОТИЧЕСКИЙ И КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СМИ В УПРАВЛЕНИИ

Аннотация: Работа посвящена роли информации, СМИ в повышении эффективности управления в условиях информационного и культурного общества. Данная проблема рассматривается в контексте состояния и закономерности повышения духовподъемности массмедиа с позиции теории журналистики, семиотики, культурологии, социальной информатиологии и др.

Ключевые слова: информация, СМИ, коммуникация, законы, культура, нравственность, дух, семиотика, управление.

Popov Vladimir Dmitrievich

Doctor of Philosophy, Professor

Honoured Science Worker of the Russian Federation

INFORMATIONAL, SEMIOTIC AND CULTURAL POTENTIAL OF MASS MEDIA IN MANAGEMENT

Abstract: The paper concerns the role of information and mass media in the increase of management effectiveness under conditions of informational and cultural society. This problem is analyzed according to the present situation and regularity in raising the morale boost of media from the position of the theory of journalism, semiotics, cultural studies, social informatiology etc.

Key words: information, mass media, communication, laws, culture, morality, genius, semiotics, management.

Данная проблема актуализируется в контексты роли культуры в управлении экономическими, политическими и особенно коммуникативно-информационными, массмедийными отношениями в системе «власть – информационные технологии – народ» [15]. Закономерные взаимосвязи между материальным и духовным производствами, казалось бы, давно вскрыты. Но современность актуализирует новые проблемы, вызванные информационной революцией. Прежде всего следует выделить концепт Ю.М. Лотмана о том, что культура – это созданный человечеством «механизм, имеющий целью выработку и хранение информации», сформулированный при разработке науки семиотики [9, с. 395]. И здесь встает вопрос о соотношении информатики, машинной обработки, хранения и распространения информации, информационных технологий в управлении и традиционной системы массмедиа. А глубже – о соотношении искусственного и естественного интеллекта в деле управления.

Действительно, когда мы имеем дело «с некоторыми системами коммуникации и передачей с их помощью информации», то неизбежно «стремимся включиться в некоторую систему» коммуникации и получить передаваемую информацию. Без получения, хранения и передачи информации невозможна жизнь человека» [9, с. 7–8]. Но возможна ли она без потребления ее человеком, его разумом? Следовательно, правомерно ставить вопрос об изучении законов производства и потребления информации, потенциала массмедиа в управлении всеми сферами жизнедеятельности людей. Данный потенциал СМИ пока слабо используется в системе управления, есть недооценка роли «информационной культуры» (П. Киричек), в особенности – государственной информационной политики. По критерию доверия россиян государственным и общественным институтам СМИ занимают 9–10-е место. И оно составляет около 30 % – прессе и 38 % – телевидению [20, с. 135].

Поэтому важно исследовать процесс восприятия, усвоение информации в контексте единства наук: философии, журналистики, социальной информатиологии, культурологии, семиотики и др., или, иначе, с позиции системного парадигмального подхода [16].

Известно, что после передачи информации в СМИ наступает этап ее осмысления, переработки мозгом, где формируются отложения в разных формах. А если культура, по Лотману, есть система информационных кодов, то встает проблема культуры потребления информации, а коды, например, сознания, памяти, в их формировании и проявлениях есть своеобразные гносеологические, когнитивные следствия законов деятельности человеческого мозга, взаимодействия сознания с бессознательным, согласно теории психоанализа. Для понимания этого процесса надо погрузиться в труды З. Фрейда, К.Г. Юнга, Э. Фромма и др. А лучше обратиться к трудам академика В. Бехтерева и его внучки Н. Бехтеревой, ее «Магии мозга и лабиринтам жизни» [1, с. 104–138]. Чтобы понять лабиринты жизни человека, надо знать законы деятельности мозга. А значит, законов восприятия и переработки сенсорной и субсенсорной информации. Отсюда открывается возможность познания законов управления информационными кодами и процессами в целом.

Концепцию информационно-семиотического подхода Ю.М. Лотмана разделяет академик В.С. Степин, описывая «универсалии культуры».

Он раскрыл коммуникативно-информационную природу развития культуры с позиции науки – семиотики. По нему, «предмет семиотики – науки о коммуникативных системах и знаках, которыми в процессе общения пользуются люди...» [7, с. 342]. То есть он создал семиотику культуры, которая и открыла закономерности во взаимосвязях материального и духовного производства. В.С. Степин в статье о культуре в «Новой философской энциклопедии» представил ряд важных «концептов». Например, такой концепт: «культуру правомерно рассматривать как систему информационных кодов, закрепляющих исторически накапливаемый социальный опыт» [7, с. 342]. Опыт закрепляется в информационном коде, а код – живет в памяти, в общественном сознании и проявляется по своим законам. Встает проблема исследования роли СМИ в формировании единства ментальной и информационной идентичности в условиях постиндустриализма, развития «информационной экономики» (Д. Кастельс), культуры управления ею.

Академик В.С. Степин доказывает, что «наряду с генетическими кодами проявляют себя «социокоды» и «коды культуры». Суть их – в нормах, образцах поведения, передаваемых от поколения к поколению» [7, с. 342]. Это есть культурологиче-

ский закон, действие которого объективно проявляется в системе массмедиа, когда они реализуют принцип единства между прошлым, настоящим и будущим.

Укажем на другой концепт В.С. Степина. Он гласит: культура реализуется: 1) в деятельности; 2) в общении; 3) в поведении – но на основе информации и коммуникации. Следовательно, по логике она реализуется в информационных отношениях и в сознании, их отражающих. То же самое можно сказать о концептах и константах Ю. Степанова [21, с. 43, 44], которые применимы к исследованию массмедийной культуры.

Другие последователи Ю.М. Лотмана сформулировали «информационно-семиотический подход к культуре», где культура – «форма информационного процесса», способствующая «материализации духа» [8, с. 24, 110–111]. Заметим: информационный процесс обеспечивает «материализацию духа». Это феноменальный концепт. Он открывает путь для понимания единства культурологических и социально-информациологических законов, принципов в организации деятельности СМИ. Если «культура представляет собой тип информационного процесса» и еще: «культура – это социальная информация, которая сохраняется и накапливается в обществе с помощью знаковых систем», а в качестве знаков выступают «артефакты, смыслы текстов, информация» [5, с. 25, 26–27], то социальная, экономическая информация в СМИ есть атрибут управления общественными процессами.

Таким образом обеспечивается единство, взаимосвязь между материальным и духовным производством, где объективно осуществляется процесс обмена социальной информацией с помощью средств массовой информации и коммуникации. Вот этот потенциал СМИ пока слабо задействован, особенно при разработке и реализации проводимых в России реформ.

Следовательно, в управлении следует опираться на законы производства распределения и потребления социальной информации в контексте формирования общественного сознания. В обществе складываются коммуникативно-информационные отношения, формирующие информационное сознание. Законы, отражающие эти процессы, изучает наука – социальная информатиология [18]. Вот почему при известной оценке реформ мы делаем акцент в исследовании на культуре управления, где применимо единство информационно-семиотического, социокоммуникативного и социально-информациологического подходов. И в результате применения данной методологии мы выходим на актуальность исследования роли массмедиа в развитии «информационной экономики», «креативной экономики» и даже «артефактной экономики», в

основе которых лежат механизмы «материализации духа» [15]. Особенно в контексте теории В. Зомбарта по истории духовного развития современного экономического человека, где диалектика такова: формирование духа обуславливает развитие капитализма, где «человек» и «дух» его должны существовать как детерминанты его развития. «Обусловленное (капитализм) не может предшествовать обуславливающему», т. е. духу [3, с. 153]. Вот в чем состоит атрибутивный и функциональный потенциал СМИ.

Получается, что механизмы, обеспечивающие взаимосвязь материального и духовного производства, связаны с социальной коммуникацией и обменом информацией, с состоянием развития коммуникативно-информационных отношений в обществе, а значит, с результатами массмедиа. Или глубже – с законами развития этих отношений, изучаемых философией и социологией журналистики, медиалогией, психологией, культурологией, социальной информатикой и другими науками. И, очевидно, «информационную экономику» (Д. Стиглиц), «информационную теорию стоимости» (К. Вальтх) следует изучать в новом ключе, раскрывать роль связующего феномена между материальным и духовным производством. Таким феноменом выступают и СМИ, когда они действуют в цепи: материальное производство – производство информационное – духовное производство, где связующая роль принадлежит системе массмедиа в «конструировании реальности» [10]. И здесь действуют свои законы и их важно изучать. Например, достижения опережающего массмедийного эффекта в информационной войне на основе аналитической журналистики.

Принимая во внимание тезис: «культура – особый тип информационного процесса» (А. Карамзин, Е. Новиков) и тот факт, что без информации в принципе не может быть управления, ибо она формирует сознание, а «наличие сознания у людей является предпосылкой, условием и движущей силой управления» (Г.В. Атаманчук), то правомерно говорить об информационном управлении обществом. И о законах, принципах, эффективности этого управления с применением СМИ. Если политика есть искусство управления, то информационная и массмедийная политика есть искусство управления всеми сферами жизни людей.

Наукой о детерминизме развития общества доказано действие принципа органического, объективного единства экономической, социальной, культурной и информационной политики, который также объективно формирует сознание и деятельность как субъектов, так и объектов управления. А главное – массовое сознание или

сознание народа как основного источника власти, по Конституции РФ. И здесь встает вопрос об информационной власти, о праве народа на удовлетворение его информационных, жизненно важных потребностей. На практике это проблема оказания информационных услуг, получения информации об экономике, о социальных услугах населению, в том числе средствами СМИ. Например, может потенциальный пассажир реализовать свою потребность в отдыхе, если нет полной и достоверной информации о надежности турфирмы или о расписании полетов самолетов, движения железнодорожных поездов, особенно в условиях экономической войны? Плюс нет элементарного уважения к пассажиру, соответствующей культуры обслуживания? Или другой пример, если внедряется экономика услуг, скажем, в сфере ЖКХ, но почему нет при этом информации об их себестоимости при росте тарифов, а службы при обращении к ним за этой информацией ее скрывают, да еще хамят? А СМИ молчат. Где тут единство информационной и культурной политики? Или иначе – не есть ли это дефицит культуры управления, где свою просветительскую функцию могли бы реализовать СМИ?

Если же всерьез говорить о потенциале СМИ в системном управлении обществом в условиях информационной цивилизации, то важно рассматривать их роль в познании и искусстве применения на практике системы законов управления [13, с. 188–251]. Научкой доказано, что череда экономических кризисов есть следствие системного кризиса в управлении.

Поэтому должна учитываться система законов: экономических, правовых, культурологических, социально-информатических, психологических, духовных. Особенно важно возвращение гуманитарных наук к фундаментальности – к законам диалектики в их применении в управлении всеми сферами, включая массмедийную [13, с. 81–139]. Ведь СМИ действуют в системе субъект-объектных отношений в обществе.

А если еще глубже идти, то важно изучать не только законы этногенеза, культурогенеза, социогенеза (по Гумилеву), но и законы «инфогенеза» [6], пронизывающие все уровни потребностей пирамиды потребностей Маслоу, Хорни, Фромма и др. А еще глубже – овладение психоаналитической парадигмой в управлении усложнившимися информационными процессами [17].

Наряду с законами, выражающими фундаментальные взаимосвязи между материальным и духовным производством, есть специальные законы управления информаци-

онной культурой. Так, М.С. Каган в монографии «Философия культуры» [4] обозначил концепт: «человек, культура, искусство требуют адекватного их природе трехстороннего рассмотрения: предметного, функционального и исторического» [4, с. 31]. Предметный анализ дает «выяснение, из каких компонентов, разных уровней... состоит изучаемая система... речь идет о субстратном и структурном анализе» [4, с. 25]. Такой анализ очень необходим и для оценки СМИ в управлении. А по существу – речь о системном подходе в управлении, когда аналитическая журналистика выявляет болевые точки в общественном мнении и предлагает способы их устранения. Однако с позиции системного подхода, да еще в синергетическом его понимании, все-таки в данном концепте не хватает познания законов «материализации» духа. Отчего система СМИ бывает диссипативной (по Пригожину), не систематизированной аттрактором? И здесь уместно вспомнить о «странном аттракторе» Лоренца, когда характер нашего социума как единство противоположностей может оказаться в верхней точке маятника и неизвестно, куда он качнется. А вот в какую сторону его качнуть – мудрое действие управленца. Но для этого нужны соответствующие знания, при том не только эмпирические, но и фундаментальные. Знания законов перехода от хаоса к порядку, управления бифуркационными сценариями (по Пригожину) в условиях разлома культур и цивилизации, который предсказал С. Хантингтон в известном труде. И мы видим, какую роль в этих процессах играют социальные сети, Интернет, СМИ, особенно в условиях гибридной информационной войны, где очевидны действия управленческих технологов.

Системный подход с аттрактором духа позволяет выявить нравственные законы в управлении массмедийной, информационной сферой. Если сегодня признаны нравственные законы управления экономикой (Е. Румянцев), то почему они не применимы к информационной сфере? Если ученые ставят вопрос о развитии «нравственного государства» [11] и о «нравственности информационной политики» [23] – следовательно, стоит проблема о нравственном управлении и системой массмедиа или о духоподъемности наших СМИ.

Коллектив ученых, изучающих влияние СМИ на нравственность, духовное и психическое состояние потребителей СМИ, Интернета, издательской деятельности делают ряд тревожных выводов. Они заключают: «нужно сделать вывод, что роль и влияние современных СМИ на потребителей весьма велика и на состояние нравственности и психического состояния потребителей СМИ во многом оказывают негативное воздействие», а «телевидение, даже государственные телеканалы, распространяют большое количество информации,

отражающей антиценности» [22, с. 130]. Обобщая данные ВЦИОМа, Левада-Центра, Института социологии РАН, исследователи нравственности в СМИ заключают: «Уровень ценностной деструкции в России в целом можно оценить как кризисный» в части опасения населения в отношении утраты моральных ценностей [22, с. 100–101]. Можно в этих заключениях увидеть преувеличение, а скорее – это серьезное предупреждение. Но проблема достаточно очевидна, если проанализировать «нравственность» наших сериалов на центральных телеканалах. Какое-то нетворческое, порой пошлое и неточное подражание голливудским сценариям. И это уже прямой выход на культурное поражение в информационной войне.

Надо иметь в виду, что в мире идет не только экономическая, информационная, но и культурная война. Об этом пишет З. Бжезинский в специальной книге [2]. Он считает, что средством установления американской гегемонии является лидерство США в культурном противоборстве. Он как консультант президента США признается: «Вдохновляемая Америкой глобальная культурная революция... изменяет социальную мораль, культурные ценности, личные вкусы, сексуальное поведение и материальные запросы молодого поколения почти всего мира». И делается это на основе формирования «единства вкусов» 2,7 миллиарда молодых людей, «в отношении модных компактных дисков, американских фильмов и телевизионных сериалов, магнетической привлекательности рок-музыки, распространения цифровых игр, влияния на местные традиции американской массовой культуры» [2, с. 230–231].

Тут применима оценка печати, СМИ русским философом и публицистом В. Розановым. Он писал: «Печать это пулемет, из которого стреляет идиотический унтер. И сколько Дон-Кихотов он перестреляет, пока они доберутся до него. Да и вовсе не доберутся никогда» [19, с. 291]. Так, к сожалению, выстроена сегодня на Западе, в (на) Украине, в Турции «четвертая власть» (как идиотический унтер), всецело подавленная информационной властью правящего режима. Где от свободы слова остались «ножки да рожки» в результате массмедийного тоталитаризма.

Следовательно, перед нами встает проблема защиты, как от собственных СМИ, так и от этого внешнего влияния. Хотя не всё так уж трагично. Движение в этом позитивном направлении есть, особенно оно проявилось в год культуры в России. Я уже писал, что у наших СМИ больше свободы, чем у западных [12]. Однако если попытаться поглубже окунуться в анализ содержания, скажем, телевидения (а его смотрит около 70 % населения), показа «сереньких» американских фильмов, даже пошленьких отечественных сериалов, бесконеч-

ных заимствованных у телекомпаний Запада сатирических, развлекательных ток-шоу, то заметно продолжающееся с 90-х гг. подражание, притом часто низкопробное, западной массовой культуре действительно ведет к нравственно-ценностной деструкции социума. А главное – к управляемости нашим сознанием на основе технологии «программирования разума» (Э. Тейлор). Есть закономерность: чем ниже интеллект, культура нации, тем легче ею манипулировать. А есть технологии зомбирования, воздействия коммуникации даже на гены человека на основе науки – геномики и психофизики.

Напрашивается вывод: наряду с экономической, торговой, информационной войной сегодня (пока еще не опоздали) надо овладевать законами и культурной войны с помощью СМИ, которая навязывается, не так очевидно, но очень опасно надвигаясь на нас. Согласно закону достижения опережающего информационного эффекта в таких войнах, запаздывание ведет к политике оправдания провинившихся (вспомним войну с Грузией в 2008 г.). Но главное – важно грамотно, эффективно, на основе науки управлять отечественной информационной сферой, на основе познания и применения законов ее развития и функционирования. У нас общественное экономическое сознание слабо осознает законы экономики, особенно причины кризиса. Одного Кириевского мало для экономической журналистики. И даже телеканала РБК, работающего на бизнес.

Но здесь есть фундаментальная проблема, имеющая системный характер в условиях информационного общества. Можно критиковать прессу, телевидение, но они есть лишь часть этой системы. Музыку заказывают социальные сети, Интернет, где информационное управление практически отсутствует. В них неуправляемый и управляемый хаос. В сущности, между элементами системы идет борьба. В ней СМИ борются за выживание. Но сегодня у них есть лучший шанс на перспективу развития страны. Он заключается в реализации своих атрибутивных свойств и функций – поднимать интеллект правящей элиты и нации. Сегодня в мире идет поиск нового типа цивилизации на фоне очевидного «разлома религии, культур, менталитетов, идеологий», но этот процесс пока носит вроде как стихийный характер, а на самом деле управляемый. В мире кризис идеологий, и в

этих условиях ведется вербовка молодежи в ряды ИГИЛ на основе ими провозглашаемой идеологии, в основе которой имитация социальной справедливости. И с ней надо вступать в дискурс. А у нас «кризис общественнознания» (С. Кара-Мурза) в целом и аналитической журналистики в особенности. Думается, что назрела потребность в парадигмальном обновлении теории и практики журналистской деятельности, а отчасти и в восстановлении былой жанровой палитры публикуемых материалов в СМИ. А главное, потребность в повышении интеллекта обществоведческой и массмедийной элиты в союзе с управленческой элитой в поиске осевого аттрактора развития нового типа цивилизации на основе не пропагандистского, а творческого, научного дискурса.

Общество перенасыщено «пустопорожней» и в особенности травмирующей, катастрофической, некрофильной информацией. Очевидно, отсюда и состояние общественного мнения. Так, в 2014 г., по замерам социологов, 33 % опрошенных назвали ситуацию в России напряженной. При этом от 40 до 70 % опрошенных считают, что в период 2014–2015 гг. произошли значительные или некоторые перемены к худшему, и 59 % считают, что страну ждут трудные времена [20, с. 15–16]. Ясно, здесь роль СМИ не является определяющей, а действует формула: сознание отражает материю, т. е. состояние экономики. Но есть другая формула: сознание не только отражает, но и творит мир. И в этом творении участвуют и СМИ. И если в них доминирует катастрофическая или шоковая информация (скажем, утренние новости начинаются почему-то с описания автокатастроф), то формируется и соответствующее состояние сознания. Плюс сериалы с бандитизмом и «дегероизацией» представителей правоохранительной системы. Тогда социум приходит в состояние «социальной аномии» (А.С. Панарин) – ценностной дезориентации. А отсюда недалеко до «духовного вывиха нации» (Н. Бердяев). А нам нужно «духовное возрождение России» (И. Ильин), когда реализуется фундаментальный закон: «Сила нации – в силе духа» (патриарх Кирилл). А это достигается на основе развитой системы гуманитарных наук. Получается закономерность: сила нации – в одухотворении журналистики, в ее силе духа, в идентичности культуре (ментальной, а не пиаровской) своего народа.

Библиография использованных источников:

1. Бехтерева Н. Магия мозга и лабиринты жизни. М. ; СПб., 2007.
2. Бжезинский З. Выбор. Мировое господство или глобальное лидерство. М., 2007.
3. Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории развития современного экономического человека // Социология власти. 2003. № 3. С. 153.
4. Каган М.С. Философия культуры : монография. СПб., 1996.
5. Кармин А.С., Новиков Е.С. Культурология. СПб., 2009.

6. Киричек П.Н. Информационная культура общества. М., 2009.
7. Культура // Новая философская энциклопедия. С. 342.
8. Культурология : учебник для бакалавров / под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Качана. М., 2012.
9. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб., 2010.
10. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
11. Нравственное государство. От теории к проекту / под общ. ред. С.С. Сулакшина. М., 2015.
12. Попов В.Д. Власть в фокусе информационной социологии // Власть. 2015. № 1.
13. Попов В.Д. Законы управления: познание и искусство применения на практике. М., 2015.
14. Попов В.Д. Информационная психофизика и управление экономикой. Тверь, 2015.
15. Попов В.Д. Культура управления в информационном обществе. М., 2014.
16. Попов В.Д. Парадигмы исследования информационных процессов. М., 2010.
17. Попов В.Д. Управление информационными процессами (психоаналитическая парадигма). М., 2015.
18. Попов В.Д. Социальная информатология и журналистика : учеб. пособие. М., 2007.
19. Розанов В. Уединенное. СПб., 1912.
20. Российское общество и вызовы времени. Книга вторая / под ред. М.К. Горшкова и В.В. Пастухова. М., 2015.
21. Степанов Ю. Константа: словарь русской культуры. М., 2001.
22. Сулакшин С.С., Сазонова Е.С., Хвыля-Олинтер А.И. Государственная политика защиты нравственности и СМИ. М., 2014.
23. Якунин В.И., Сулакшин С.С., Багдасарьян В.Э. и др. Государственная политика вывода России из демографического кризиса. М., 2007.

References:

1. Bekhtereva N. Mind magic and life labyrinths. M. ; SPb., 2007.
2. Bzhezinskiy Z. Choice. World rule and global leadership. M., 2007.
3. Zombart V. Bourgeois: essays about the history of modern economical person development // Sociology of power. 2003. № 3. P. 153.
4. Kagan M.S. Philosophy of culture : monography. SPb., 1996.
5. Karmin A.S., Novikov E.S. Cultural Studies. SPb., 2009.
6. Kirichek P.N. Informational culture of the society. M., 2009.
7. Culture // New philosophy encyclopedia. P. 342.
8. Cultural Studies: textbook for Bachelors / ed. by Y.N. Solonin, M.S. Kachan. M., 2012.
9. Lotman Y.M. Semiosphere. SPb., 2010.
10. Luman N. Reality of mass media.
11. Moral nation. From theory to project / ed.by S.S. Sulakshin. M., 2015.
12. Popov V.D. Power in the focus of informational sociology // Power. 2015. № 1.
13. Popov V.D. Laws of administration: cognition and art of using in practice. M., 2015.
14. Popov V.D. Informational psychophysics and management of the economy. Tver, 2015.
15. Popov V.D. Culture of management in information society. M., 2014.
16. Popov V.D. Paradigms of informational processes research. M., 2010.
17. Popov V.D. Management of informational processes (psychoanalytical paradigm). M., 2015.
18. Popov V.D. Social informatology and journalism: study guide. M., 2007.
19. Rozanov V. Isolated. SPb., 1912.
20. Russian society and time challenges. Book 2 / ed. By M.K. Gorshkov, V.V. Pastukhov. M., 2015.
21. Stepanov Y. Contant: dictionary of Russian culture. M., 2001.
22. Sulakshin S.S., Sazonova E.S., Khvila-Olinter A.I. State policy of morality protection and mass media. M., 2014.
23. Yakunin V.I., Sulakshin S.S., Bagdasarjan V.E. and others. State policy of Russia demographic turnaround. M., 2007.

УДК 070.19

Факторович Александр Львович*доктор филологических наук,**профессор кафедры истории журналистики и правового регулирования массовых коммуникаций
Кубанского государственного университета*

СМЫСЛОВАЯ ПОЛИФОНΙΑ И МЕДИЙНАЯ ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ (НА ПРИМЕРЕ ПЕЧАТИ СЕРЕДИНЫ 1941 ГОДА И СОВРЕМЕННОГО ШКОЛЬНОГО ИЗДАНИЯ)

Аннотация: В статье полифония и эстетика позитива в военной печати характеризуются в связи с различными духовными сферами. Поэзия на страницах периодики периода Второй мировой войны рассматривается в широком познавательном контексте, включающем новые объекты медиасистемы XXI века.

Ключевые слова: полифония, эстетика позитива, медиасистема, мотив, парадокс, поэзия, периодика, печать эпохи Второй мировой войны.

Faktorovich Alexander Lvovich*Doctor of Philology**Professor of Department of Journalism History and Legal Regulation of Mass Communication
Kuban State University. Krasnodar, Russia*

SENSE POLYPHONY AND MEDIA SUCCESSION (USING THE EXAMPLE OF PRESS OF THE MIDDLE OF 1941 AND PRESENT-DAY SCHOOL PUBLICATION)

Abstract: The article characterizes polyphony and esthetics of positive in connection with different spiritual spheres. The poetry on the pages of periodicals of the World war II is examined in wide cognitive context, including new objects in media system of the XXI century.

Keywords: polyphony, esthetics of positive; media system; motive; paradox; poetry; periodicals; the World war II press.

Познавательный контекст исследований печати эпохи Второй мировой войны закономерно расширяется, чему сопутствуют всё более многогранные категориальные координаты – от соотношения с традициями военной печати в разные эпохи до своеобразия литературной работы журналиста [1; 3; 6; 8].

Задача предлагаемой работы – наметить, опираясь на категорию смысловой полифонии, специфическую взаимосвязь между печатью военной поры и школьной прессой начала XXI века.

Уместной познавательной опорой оказывается понятие полифонии. Единство различных линий категоризации, на наш взгляд, соотносится с динамикой самого понятия полифонии. В нем отражается многообразие возможных связей между «голосами». Известные зарубежные авторы отмечают связь между голосами «исходного автора» и его последователей. При этом подчеркиваются российские гносеологические приоритеты, в частности влияние концепции М.М. Бахтина на мировую филологию и медиалогию, на теорию речевых жанров и связи голосов при смысловой полифонии. Данный подход последовательно развивается в труд славянского филолога Игоря Жагара, работающего в университетах Сербии и

Словении. Он прослеживает эволюцию данного понятия: «Дюкро вводит термин полифония (выделено автором. – А.Ф.), заимствованный у Бахтина, и обобщает его до уровня языковой системы как целого... «Говорящий», в том смысле, как его понимает традиционная лингвистика, является на самом деле очень сложным (и запутанным) понятием, которое объединяет в себя несколько совершенно различных идей. Поэтому предлагается различать собственно автора (producer) высказывания, ответственным за высказывание, или локутора (locutor), и собственно высказывающимся, или «произносящим» высказывание (utterer)» [2, с. 69–70].

Поставленная в статье задача решается в двух аспектах. Во-первых, выявляются предпосылки «эстетики позитива» в материалах периодики – позитива, сложно взаимодействовавшего с идеологической установкой «воспитания ненависти» [4, с. 17] к врагу. Причем учитываются особенности периода начала войны, середины 1941-го, когда масштабы поражений, потерь охватились сопряжены с потребностью духовного отпора, и публицистика, как хорошо известно, сыграла в этом немалую роль. Во-вторых, рассматривается проявление, характер вышеотмеченной связи двух сегментов, подсистем периодики; при этом могут в

одном ряду выступать достаточно различные категории «СМИ – медиа – периодика – публицистика».

Согласно первому аспекту решаемой в работе задачи, основной предпосылкой эстетики позитива становится потребность в духовных опорах. Как отмечают современные исследователи нынешней социокультурной ситуации в ее связи с атмосферой Второй мировой войны, со ссылкой на положения В. Франкла и на его военно-лагерную биографию, «трудно найти смысл жизни в условиях абсолютного комфорта, тогда как во время войны люди вынуждены иначе воспринимать реальность» [5, с. 82].

Смыслы в пору смертельных испытаний закономерно умножаются, возвышаются, сколь бы горькой ни была эта закономерная связь. Особую – необходимую – роль играет в таком умножении смыслов публицистическое пространство, насыщенное многомерными образами.

Отметив первый аспект материала – предпосылку «эстетики позитива» в военной печати, перейдем ко второму, а именно к характеру ее проявления. Исходным избран объект, недостаточно исследованный в данном плане: современная школьная печать как пространство републикации материалов военных лет.

Так, анализируется духовное, системное своеобразие показательного произведения, найденного редакцией газеты «Юнкор» первой школы Красноармейского района Краснодарского края и обсуждавшегося 9 февраля 2015 г. на XVIII Региональной олимпиаде юных журналистов Кубани. Такие олимпиады стали с 2007 г. важным, системным направлением комплексной деятельности; акция, проводимая на базе журфака КубГУ и при его решающем участии совместно с некоторыми другими организациями, обладает, как можно полагать, тройной перспективностью: общепрофессиональной, воспитательной, собственно-научной.

Юным журналистам – прежде всего Ольге Долгушиной – удалось выяснить судьбу стихотворения Василия Проскурина, воина, 10-классника выпуска 41-го года (которое к тому же звучит до боли современно в контексте известных событий в Новороссии).

Стихотворение именуется по первой строке «Нас ветер в походе ласкает...». Оно, в частности, печаталось в газете «Красная Армия» 1-го Белорусского фронта в 1944 г. со ссылкой на более раннюю публикацию. Так между школьной печатью 2015-го и публицистикой 70-летней давности возникает своеобразный диалог. (По соображениям экономии места данное стихотворение приводится во фрагментах, опущена его незначительная часть.)

С первой же строки привлекает эмоциональное созвучие образца газетной лирики с современной ему поэзией. См.: «Нас ветер в походе ласкает

И дышит прохладой в лицо; В пути, на коротком привале, пишу я друзьям письмецо... Прощайте, подружки, прощайте, друзья, школьный мой сад и родная семья. Я знаю: могу не вернуться в объятья подруг и друзей, а если вернусь, то промчится уж много годов-лебедей. Сейчас марширует в колонне тысяча нас не одна. Но сходятся каждого тропы к суровой дороге – борьба!»

«Нас ветер в походе ласкает» – переключка с эстетически совершенной и позитивной «Песней о встрече» Бориса Корнилова, с ее началом – «Нас ветер встречает прохладой...» (попытки погрузить в забвение автора, погибшего в годы репрессий, обернулись своей противоположностью).

В строках рядового бойца В. Проскурина парадоксально высвечивается невероятная оригинальность, вечная свежесть шедевра Б. Корнилова, созданного в середине 1930-х. Но в первые дни войны, когда написан текст В. Проскурина, эта эстетика позитива обретает новую силу – эмоционального укрепления совсем юных воинов в смертельном испытании. Мотивы мужества, подвижничества переключаются с эстетикой гениальных строк Анны Ахматовой, созданных несколько позже и также определявших в публицистическом пространстве, звучавших по радио: «...нас покориться ничто не заставит», («Клятва», июль 1941 г.), «Не страшно под пулями мертвыми лечь...» («Мужество», 23 февраля 1942 г.).

Газетная лирика, подобная строкам В. Проскурина, соотносится с атмосферой сотворения шедевров поэзии. И эталон «гамбургского счета» здесь переключается с ярким суждением другого гения о высоком самодеятельном искусстве: «Это еще не поэзия, но уже больше, чем поэзия» (М. Цветаева) [7, с. 165].

Трагизм справедливой, освободительной войны (какой была Великая Отечественная для нашей страны) уравнивается духовным подъемом, сколь бы жесткой и жестокой ни казалась эта системная связь...

Обобщим линии связей. В них соединяются четыре основных направления: современная школьная печать как подсистема – оправданная для нее «ретроустановка» – подсистема военной печати 1940-х – и атмосфера 1930-х, где наряду с крайне многогранными настроениями определялась и наивная искренность, чистота порывов, в том числе эстетических. Такие строки – неисчерпаемый источник позитива, который невозможно ни засушить, обезличить – ни травестировать. Так объекты, которые уже освещались ранее, вызывают священный интерес в новых связях и объяснительных возможностях.

Поэтика рассматриваемых связей так самодостаточна, что сложно говорить об отвлеченных системных категориях, они выявляются неодно-

значно. Именно полифония соответствует их эмпирической полноте. Выявленные связи соотносятся и с общей значимостью различных источников региональной информации, с акцентированием ценностных аспектов [см.: 9, с. 171] (в этих обобщениях М.В. Шкондина находит развитие его приоритетная концепция медийной системности).

Основной вывод из анализа материала касается возможностей современной школьной российской печати в представлении атмосферы

военного прошлого. Героическая военная юность дедов, с ее повседневно высокой поэзией и столь же повседневными запредельными тяготами бытия, может в принципиально новых информационных условиях превращаться в источник самоосознания и даже духовного самоутверждения современной молодежи. Потенциал этого «сегмента системы» своеобразно подтверждает силу публицистического познания в его единстве с познанием художественным.

Библиография использованных источников:

1. Вовенко В.И. Журналисты Донбасса в боях за Родину // Медиакommunikации в XXI веке: императивы, вызовы, перспективы. Донецк, 2015.
2. Жагар И. Аргументация в языковой системе: между частицами и полифонией // Критика и семиотика. Вып. 1–2. Пермь; Любляна, 2000.
3. Жирков Г.В. Белый поход, ты нашел своего летописца: Журналисты-ка забытой России. 1918–1920 гг. СПб., 2011.
4. Жуков С.И. Фронтовая печать в годы Великой Отечественной войны. М., 2009.
5. Развиллова В., Эпштейн М. «Преодолевать кризис внутренне...» // Psychologies/Психология. 2015. № 2 (106).
6. Тартаковский А.Г. Военная публицистика 1812 года. М., 2011.
7. Цветаева М.И. Дневники. М., 2006.
8. Черникова Е.В. Литературная работа журналиста. М., 2007.
9. Шкондин М.В. Региональные ресурсы российского медиапространства // Журналистика в 2013 году. М., 2014.

References:

1. Vovenko V.I. Journalists of Donbass during the fights for the country // Media communications in the XXI century: imperatives, challenges, perspectives. Donetsk, 2015.
2. Zhagar I. Argumentation in a language system: between the particles and polyphony // Criticism and semiotics. Editions 1–2. Perm; Lyublyana, 2000.
3. Zhirkov G.V. White march, you have found your story writer: Journalism of the forgotten Russia. 1918–1920. SPb., 2011.
4. Zhukov S.I. Frontline press during Great Patriotic War. M., 2009.
5. Razvilova V., Epstein M. Overcome crisis inside... // Psychologies. 2015. № 2 (106).
6. Tartakovskiy A.G. Military publicism in 1812. M., 2011.
7. Tsvetaeva M.I. Diaries. M., 2006.
8. Chernikova E.V. Literary work of a journalist. M., 2007.
9. Shkondin M.V. Regional resources of Russian media field // Journalism in 2013. M., 2014.

УДК 070.1

Эрнст Владислав Валерьевич

научный сотрудник,

аспирант кафедры правоведения Московского государственного института культуры (МГИК)

ЭКОЛОГО-КУЛЬТУРНАЯ МИССИЯ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные проблемы формирования культурной политики на телевидении, где особенно остро ощущается потребность в высокопрофессиональных телепрограммах культурной тематики, нехватка научно-образовательных и культурно-просветительских передач, нацеленных на сохранение истинных культурных ценностей.

Ключевые слова: эколого-культурная миссия, экология культуры, культура, ТВ, образование, формирование экологического сознания, культурная миссия телевидения.

Ernst Vladislav Valeryevich

Researcher

Postgraduate Student of Department of Law Moscow State Institute of Culture (MSIC)

ECOLOGICAL AND CULTURAL MISSION OF THE MODERN RUSSIAN TELEVISION

Abstract: The article deals with actual problems of cultural policy formation on television. There is a particularly urgent need for highly professional programmes with cultural themes. There is also the lack of scientific and cultural educational programmes aimed at preservation of true cultural values.

Keywords: ecological and cultural mission, ecology of culture, culture, TV, education, environmental responsibility formation, cultural mission of television.

Эколого-культурная миссия современного телевидения – это особая роль данного СМИ, направленная на сохранение, развитие и распространение культуры. Пространство экранной культуры представлено многообразием информации. Направленность на эколого-культурное содержание современных телевизионных программ имеет важное культурное значение. Потенциал телевидения в формировании экологической культуры может быть использован в просвещении зрителей всех возрастов и различных социальных статусов, учитывая тесную связь культуры и образования, творчества и экологической деятельности в социализации личности. Жизнедеятельность канала будет более эффективной, когда его структура соответствует современным реалиям освещения проблем сохранения культуры. Здесь мы рассматриваем экологию культуры как сохранение культуры, истинных культурных ценностей. Одним из первых это понятие в науку ввел известный ученый, филолог, культуролог и искусствовед, дважды лауреат Государственной премии, академик РАН Д.С. Лихачев.

Различие между экологией природы и экологией культуры весьма существенное. Конечно, любое отрицательное воздействие на природу губительно, но тем не менее оно в какой-то степени восстановимо. Можно очистить воду, восстановить леса, поголовье животных, конечно, если не уничтожена полностью определенная порода животных или вид растений. Совершенно по-другому обстоит дело с культурными ценностями, памятниками культуры, утрату которых невозможно восполнить, так как памятники культуры всегда индивидуальны, они тесно связаны с определенной эпохой, с личностью их авторов, которые чаще всего являются неординарными и уникальными людьми. Любой памятник разрушается и искажается навечно. Конечно, можно создать макеты или восстановить памятник культуры, но нельзя его воссоздать в точности таким, каким он был, любой заново отстроенный памятник культуры будет лишен своей уникальной истории, документальности [4], и это будет лишь видимость, все равно

что копия бесценной картины: на первый взгляд, она лучше, красивее, свежее оригинала, но ее ценность ничтожна. Запас памятников культуры, культурной среды крайне ограничен и постоянно истощается, поэтому экология культуры приобретает особую роль, когда возрастает необходимость сохранять культурный потенциал страны, продвигая высокую культуру.

От того, насколько грамотно осуществляется культурная политика на телевидении и СМИ в целом, зависит моральное благополучие общества и его дальнейшее развитие. Говоря об эколого-культурной миссии, следует учитывать, что само понятие «миссия» многозначно. «Краткий словарь современных понятий и терминов» дает такое определение: «миссия (от лат. *mission* посылка, поручение) – ответственное задание, поручение, предназначение, призвание» [3]. В данной статье термин «миссия» употребляется в значении «общественное предназначение», «роль». Иными словами, исследуется миссия современного российского телевидения в реализации эколого-культурной и культурно-просветительской тематики, так как это направление сегодня должно доминировать в деятельности отечественной телевизионной системы в целом.

Сегодня телевидение – это не только средство информации, развлечения или заполнения эфира фильмами, шоу-программами и различными концертами, необходимо осознать, что это – главный институт распространения культуры. Современное телевидение играет ключевую роль в культуре общества, сохранении культурных ценностей. Телевидение занимает ведущее место в формировании мировоззрения широкой зрительской аудитории. С каждым годом культурообразующая, воспитательная функция телевидения становится все актуальнее, по мере того как мир начинает осознавать важность и сложность сохранения (экологии) культуры, формирования исключительной ценности культуры, этого образа в сознании зрителя.

Телевидение через культуру выходит на человека, глубоко воздействуя на экономику, со-

циальные отношения, политику и мораль. В современном мире телевидение – главный транслятор культурных образцов, идеалов, критериев осознания происходящего и одновременно важнейший институт управления страной, не менее значимый для ее сохранения и развития, чем национальная экономика или национальная безопасность.

Подавляющее количество передач российского эфира практически на всех федеральных каналах, кроме «Культуры», во всех самых рейтинговых форматах тянут зрителя «вниз». Они имеют явный крен в сторону демонстрации разного рода патологий, агрессии, аномалий, рассказов об опасности нашей жизни [1].

Современные проблемы культуры на телевидении выдвигают необходимость поиска новых подходов к организации этой работы, конечно, не без участия научно-образовательных организаций и вузов культуры.

На современном российском телевидении множество телепередач с весьма низким профессиональным и культурным уровнем. С экрана практически пропали какие-либо обучающие, экологические и культурно-просветительские программы.

Сегодня зритель уже достаточно остро ощущает нехватку глубоких, содержательных журналистских материалов, хочет видеть в телевидении средство воспитания и повышения культуры. В советский период создатели программ понимали важность и необходимость подготовки передач культурно-просветительской направленности, учитывали потребности и запросы аудитории, степень ее интересов к той или иной тематике. С началом реформ 1990-х в стране развлекательные передачи, зарубежные программы и их клоны на отечественном ТВ потеснили научно-популярное вещание.

Сложные и неоднозначные процессы, происходящие в российской культуре, такие как утрата духовно-нравственных ориентиров развития общества, постепенный уход из общественного сознания традиционных ценностей и их замена на инокультурные, хроническое недофинансирование сферы культуры, ярко проявили проблемы в культурной политике на современном российском телевидении. Разработкой такой политики должны заниматься ученые в области культуры, журналисты и государство. Культурно-просветительская деятельность требует систематичности, последовательности, комплексного подхода, новых, совре-

менных форм работы с молодежью, привлечения ее интереса к этим проблемам.

Культурная миссия телевидения до сих пор, к сожалению, не стала объектом серьезного внимания со стороны медиаменеджеров, продюсеров, ученых, журналистов и государства. Таким образом, российское телевидение нуждается в кардинальной организационной и функциональной перестройке в сфере культурной деятельности, усилении популяризации культуры в программах телепередач на федеральных каналах, их обновлении в соответствии с требованиями времени. Необходимо расширять тематику культурно-просветительских передач, разнообразить жанры и формы эколого-культурной направленности.

В контексте сложных и неоднозначных процессов, происходящих в сфере национальных отношений, особенно остро ощущается потребность более глубоко и полно отображать культуру всех народов России и тем самым способствовать гармонизации межнациональных отношений.

Стоит отметить и весьма остро стоящую проблему профессиональных кадров. Подготовка и переподготовка журналистов, редакторов, режиссеров, продюсеров, операторов может и должна решаться при помощи ученых-культурологов в трех направлениях: с участием институтов культуры, институтов повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, а также за счет повышения уровня преподавания специализации в высших учебных заведениях страны и путем углубленного знакомства с опытом коллег, специализирующихся по культурной тематике [5].

Это неперемennые условия реализации культурной миссии телевидения в целом. Комплексный подход к этим проблемам поможет работникам телевидения более глубоко осмыслить роль и место культурно-просветительских программ в структуре телевидения, оперативно скорректировать практику, значительно повысить их художественный уровень и познавательную ценность [2].

Эколого-культурная миссия телевидения может быть реализована уже сегодня, тем самым помогая сближению народов, способствуя их взаимному духовному обогащению, воспитанию культуры межнационального общения. Формируя культурное пространство, пропагандируя моральные и духовные ценности, телевидение посредством своих высокопрофессиональных передач сможет значительно повысить общий культурный уровень нашего общества.

Библиография использованных источников:

1. Обзор культурной политики в Российской Федерации : аналитический доклад / Совет Европы (Council of Europe) ; отв. ред. К. Разлогов, Т. Санделл. Ульяновск, 2013.
2. Гегелова Н.С. Культурно-просветительская миссия телевидения : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012. С. 10.

3. Краткий словарь современных понятий и терминов. 2-е изд. / сост. и общ. ред. В.А. Макаренко. М., 1995. С. 10.
4. Лихачев Д.С. Земля родная. М., 1983. С. 59–61.
5. Эрнст В.В. Перспективы формирования культуры экологического сознания // Формирование опыта практической деятельности у студентов современного вуза / под общ. науч. ред. проф. А.Г. Казаковой. М., 2015. С. 290.

References:

1. Review of Cultural Policy in the Russian Federation : Analytical Report / Council of Europe ; ed.-in-chief: K. Razlogov, T. Sandell. Uljanovsk, 2013.
2. Gegelova N.S. Cultural-educational mission of television : Diss. for the Doctor of Philology. M., 2012. P. 10.
3. Concise Dictionary of Contemporary definitions and terms. The 2nd Edition / comp. and ed. by V.A. Makarenko. M., 1995. P. 10.
4. Likhachev D.S. Dear land. M., 1983. P. 59–61.
5. Ernst V.V. Perspectives of the formation of the culture of environmental responsibility // Formation of practical experience with the students of modern higher educational institutions / scientific ed. by Prof. A.G. Kazakova. M., 2015. P. 290.

Журналистика как социокультурный институт общества

УДК 070.1

Зуев Валерий Александрович

кандидат филологических наук, доцент,

зав. кафедрой издательского дела и медиатехнологий

Кубанского государственного университета

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАТОГЕНЕЗ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕТЕРМИНАЦИИ

Аннотация: В статье рассматривается проблема информационной безопасности Российской Федерации. На основе проведенного исследования автором формулируются основные характеристики информационного патогенеза как фактора социально-политической детерминации. Подчеркивается, что негативная информация, тиражируемая массмедийными средствами, является стрессогенной для общества и определяет его дальнейшее развитие. Выявлена и обоснована необходимость принятия экологического принципа в журналистике.

Ключевые слова: информационная безопасность, информационная угроза, информационный патогенез, массмедийная картина мира, пропаганда насилия, эстетизация насилия, общественное мнение, информационно-психологическая война.

Zuev Valeriy Aleksandrovich

Candidate of Philology Associate Professor

Head of Department of Publishing Trade and Media Technologies

Kuban State University

INFORMATIONAL PATHOGENESIS AS A FACTOR OF SOCIAL AND POLITICAL DETERMINATION

Abstract: The article examines the problem of informational security of the Russian Federation. Following the previous research the author defines the main features of informational pathogenesis as a factor of social and political determination. It is emphasized that negative information circulated by the media is stressful for the society and defines its further development. The necessity of adopting an ecological principle in Journalism is revealed and proved.

Keywords: informational security, informational threat, informational pathogenesis, mass media world view, advocacy of violence, aestheticization of violence, public opinion, information and psychological war.

В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ 09.09.2000) отмечается, что «современный этап развития общества характеризуется возрастающей ролью информационной сферы, представляющей собой совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений. Информационная сфера, являясь системообразующим фактором жизни общества, активно влияет на состояние политической, экономической, оборонной и других составляющих безопасности Российской Федерации. Национальная безопасность Российской Федерации существенным образом зависит от обеспечения информационной безопасности, и в ходе технического прогресса эта зависимость будет возрастать».

Формируя определенную картину мира, массмедиа оказывают влияние на информационное поле социума – источник мыслей, образов, слов, действий реципиентов. От состояния информационного поля – поля потенциальных изменений и потенциальных приказов – напрямую зависит протекание взаимосвязанных процессов (экономических, социальных, политических) в обществе.

Массмедийная картина мира детерминирует ментальную деятельность реципиентов, что обуславливает их жизнь и жизнь государства. Создаваемая массмедиа «здесь и сейчас» картина мира зачастую направлена не на созидание, а на разрушение, что, разумеется, негативно отражается на информационном поле. Деструкция российского информационного поля в последнее время достигла таких масштабов, что реципиенты порой становятся пациентами. Психологи уже давно отмечают: самое вредное из того, что можно смотреть по телевизору, – это новостные программы.

На наш взгляд, необходимо ограничивать поток информации патогенного характера.

Детальное воспроизведение событий позитивной группы, имеющих для аудитории созидательное значение, необходимо только приветствовать: подобные публикации привносят в социум положительный заряд, настраивают на добрый лад, дарят наслаждение. И напротив – преступно гипертрофированная вербальная детализация, иногда подкрепляемая жестким невербальным комплексом (видеорядом, звуковыми эффектами, фотоснимками, компьютерной графикой), представляет прямую угрозу психологической и социальной безопасности аудитории, когда речь идет об освещении событий экстремальной группы: военных конфликтов, терактов, криминальных посягательств, суицидальных проявлений, чрезвычайных происшествий, катастроф, стихийных бедствий и т. п.

Негативная информация (особенно связанная с освещением событий экстремальной группы) является стрессогенной для общества. Преследуя достижение безусловной реалистичности и эмоциональной насыщенности текста (в том числе визуального), журналисты обращаются к приему детализации, что закономерно. Описание, избыточное различного рода подробностями, внутренне привлекает реципиента, формирует в его уме понятийно-образную картину и способно оказать значительное по эффекту психологическое (в некоторых случаях даже суггестивное) воздействие. Но такое влияние на сознание и подсознание реципиента может быть как со знаком «плюс», так и с большим знаком «минус», что главным образом обусловлено тем, к какой именно тематической категории относится журналистский материал.

Отечественной аудитории в настоящее время навязывают трансформирующий ее сознание болезнетворный контент. Людей посадили на «информационную иглу». И иногда формируется дискомфортное мнение, что управляет государством не власть, а антироссийские средства массовой информации, финансируемые коммерческими структурами и западными организациями. Именно такие СМИ навязывают россиянам деструктивные установки, выводят на митинги, подталкивают подчас к необдуманным действиям, подчиняя жесткой психологии толпы. Данные СМИ все чаще не освещают события – они их искусно конструируют, воздействуя на массовое сознание аудитории, формируя «заказное» (заданное учредителем или инспонсором) общественное мнение. Зачастую используются приемы, уже давно подробно описанные в западных учебниках по манипуляции массовым сознанием: усечение фактической базы, навешивание ярлыков, негативный трансфер и др.

Как показывает мониторинг, в последнее время материалы патологического настроения все

чаще появляются на страницах печатных изданий, в эфире электронных СМИ, в Интернете, в результате чего информационное воздействие приобретает откровенно стрессогенный характер; формируется масштабное патогенное энергоинформационное поле. «Многочисленный анализ доминирующих информационных потоков позволяет утверждать, что в современных СМИ именно деструктивная информация депрессивного характера, подтачивающая ментальные основы социальной культуры, занимает больший объем внутреннего поля культивируемых интересов» [3].

Вырабатывается ложное представление, что в новостных программах на телевидении и радио, на страницах общеполитической, развлекательной прессы, в «беспределах» интернет-пространства подобные материалы, составляя в сумме не очень большую часть, в массе других растворяются. Но апостериори оказывается: такое дозирование полностью компенсируется бесконечно агрессивным, жестоким содержанием. К прочтению, прослушиванию и просмотру предлагаются подробные эпизоды, вызывающие у аудитории с нормальной психикой шок, страх, беспомощность, чувство вины, ненависть, злобу и прочие негативные переживания. В узких изданиях и программах, специализирующихся исключительно на экстремальной (в основном, как правило, криминальной) тематике, негативное влияние многократно усилено.

Авторами отдельных материалов, количество которых возрастает, криминальные посягательства не просто подробно описываются, но, вопреки всем критериям информационной корректности, смакуются и даже эстетизируются (!). Таким образом, псевдожурналистское (преступное) рвение оказать наиболее сильное воздействие на аудиторию посредством эпизода, потрясающего психику, явно противопоставляется существующим морально-этическим нормам и ограничениям.

Журналистика криминальных новостей, которой изначально предписано быть сдержанной и осторожной, постепенно превращается в нездоровое направление гедонистического характера. Желание проинформировать цинично вытесняется хладнокровным стремлением развлечь жаждущего принять очередную дозу шока и крови, крепко подсевшего на иглу насилия реципиента-наркомана и поклонников ужаса и страха.

Информационный патогенез, как свидетельствуют психологические и социологические исследования, не проходит бесследно. Оно непременно влечет разрушительные последствия. Первоначально это обнаруживается у получателя информации в форме депрессивного состояния. Со временем стресс накапливается, влияя на физиологию человека (стрессовый фермент (лактат), собирающийся в мышцах, часто не получает выхода),

и приводит к глубинной трансформации психики.

В отдельных случаях результат негативного влияния массмедиа, как подчеркивается в ряде научных исследований, имеет имплицитную форму: скрыто повышается уровень заложенной природой психологической защиты, а значит, срабатывает механизм привыкания, теряется чувствительность к событиям экстремальной группы (вплоть до абсолютно безразличного отношения). В других случаях, как правило, у людей со слабой или ослабленной нервной системой, последствия такого воздействия более очевидны, тяжелы: они проявляются в панических и истерических реакциях, различных фобиях, а иногда и в виде серьезных психических заболеваний. При этом особенно уязвимы дети и подростки, психика которых или только-только формируется, или находится в переменной фазе (складывается характер, общее мировоззрение). А что чувствуют герои материалов – пострадавшие, их родные и близкие?! Они, благодаря журналистским «стараниям», вынуждены заново переживать все происшедшее с ними.

Еще большую опасность представляют так называемые провоцируемые у аудитории реакции по отношению к окружающим (негативные реакции). Уже доказано, что при прочтении, прослушивании и наблюдении возможно подсознательное самоотождествление реципиента не только с жертвой, но и с антигероем материала, а потому существует риск, что детально описанное журналистом преступление может послужить своеобразной установкой психически неустойчивому лицу к повторению или еще более изощренному воплощению эпизода.

Такая преступная вербальная и невербальная детализация агрессии стимулирует ее неконтролируемое (а порой и неосознаваемое самим реципиентом) проявление в новой реальности. И кто знает, может, следующей жертвой станет сам журналист, злоупотребляющий правом творить?

Детализация патогенной информации с грамотно встроенными в текст элементами эмоционального и чувственного насыщения губительна по уровню оказываемого на психику влияния [2]. Но и простейшая детализация события экстремальной группы, построенная по принципу «шаг за шагом», чрезвычайно опасна для социума. Не трудно заключить, на что способен адресат с большим сознанием, кем-либо обиженный, прочитавший о технологии совершения преступления или узревший его детали. Ведь журналистский текст в данном случае – это фактически подробная инструкция к дальнейшему действию (теракту, убийству, грабежу, краже, мошенничеству и пр.). Подтверждение тому – фиксируемый в правоохранительной сфере рост криминальных проявлений, одним из основных факторов-побудителей для

которых являлось именно социальное научение через вредные материалы СМИ.

Как справедливо отмечает А. Марков, «СМИ, формируя общественные настроения и вкусы сообразно своим представлениям и потребностям, в таком случае становятся заложниками выбранного пути. Суть в том, что общество, привыкая к тем или иным информационным потокам, реализуемым СМИ, учится, воспитывается на них, привыкает к ним и затем начинает требовать такого же информационного потока, такого же качества и направления в дальнейшем. Отсюда следует, что сформировав в обществе определенные медиавкусы, СМИ вынуждены потакать этим вкусам и поощрять их, если они хотят быть далее продуктивно востребованы в глазах выпестованного ими своего среднестатистического, а значит, массового потребителя информации. Налицо опасная дилемма взаимозависимости: формируя информационные вкусы, потребности и привязанности, СМИ в то же время обязаны потакать им. И с каждым витком развития такой взаимозависимости уровень, высота, планка общечеловеческих ценностей, того же общественного IQ падают, так как вновь создаваемые информационные потоки опираются уже на более сниженный уровень общественного восприятия и требуется создавать еще более сниженный следующий информационный поток, чтобы он был доступен, понятен усредненному массовому сознанию, удовлетворял его и одобрялся им» [6].

Предельная степень детализации убийства и убийств, сцен насилия является ярким проявлением информационного патогенеза. Формируется особая культура подачи и восприятия «кровавой» информации – эстетизация насилия. В настоящее время это явление в СМИ и Интернете достигло своего апогея. Запрещенная в России организация ИГИЛ создала собственную медиакорпорацию, пропагандирующую терроризм. По своим возможностям она сопоставима с крупнейшими телеканалами (некоторые эксперты сравнивают потенциал медийной империи ИГИЛ с BBC). Используются современная профессиональная техника и художественные приемы съемки, обеспечивающие значительный стресс-эффект.

Как отмечает Н. Кравченко, «в ходе информационной войны активно используется такой инструмент, как эмоционализация и визуализация...» [5, с. 31]. По заключению специалистов, видеоролик сожжения иорданского летчика снимался множеством камер с различных ракурсов. Как отмечает А. Попова, корреспондент телеканала «Вести 24» (материал «Реклама ИГИЛ», эфир от 23.11.2014), террористическая организация использует «приемы из фильма «Матрица», голливудские ролики на понятном для европейской молодежи языке, музыку и песни, создающие

гипнотический эффект». «Воздействие на органы чувств эффективно используется как для изменения мнения аудитории по какому-либо вопросу, мировоззренческих установок, так для провокации на действие» [6, с. 31].

«Ролики «Аль-Каиды» по сравнению с этим – каменный век: длинные речи, статическая картинка. Здесь написан сценарий, есть история, снято с разных камер, сцены в рапиде, звуковые эффекты, монтаж. Это снимали европейцы или американцы специально под западного зрителя. Основатели пресс-службы Исламского государства – выходцы из Германии, которые переводят все обращения на европейские языки, включая русский. Их цель – привлечь новых кандидатов в свои ряды и подтолкнуть их устраивать теракты в Европе, к примеру во Франции», – заключает Дэвид Томпсон, журналист телеканала «France 24» в интервью телеканалу «Вести 24» [7].

Видеоролики тиражируются повсеместно – и отечественными, и зарубежными медиа. Причем эта омерзительная продукция полностью или частично размещается в эфире новостей в прайм-тайм. Такие действия можно назвать преступным вкладом в пропаганду уродливой идеологии жестокости и насилия. Глорификация и популяризация последних приводят к дестабилизации человеческого восприятия и уничтожению гуманистических принципов современной цивилизации. Их нельзя оправдать.

Тиражирование стрессогенной информации представляет угрозу национальной безопасности, психическому здоровью граждан. По сути, это один из ликов информационно-психологической войны, которая ведется против России и ее народа. Как справедливо отмечает депутат Госдумы РФ Р. Худяков в интервью газете «Известия» [4], свободный доступ к видеороликам на крупных интернет-площадках представляет реальную угрозу российскому государству и обществу, приводит к популяризации фундаментальных исламистских

идей, а также вовлечению в незаконные военные формирования экстремистского толка граждан России.

В этом же издании член комитета Госдумы РФ по обороне Виктор Водолацкий акцентирует внимание на том, что «искоренять пропаганду насилия, нацизма, жестокости и терроризма не только правильно, но просто необходимо. А с учетом того, насколько эта пропаганда сейчас масштабна и повсеместна в Интернете, необходимо еще и противодействие. Роликов совершенно другой направленности – пропагандирующих общечеловеческие ценности, семью, патриотизм – должно появляться больше» [8].

Необходимо вынести на обсуждение вопрос о защите информационного поля как о защите окружающей природной среды, ведь состояние последней зависит от состояния первой. Нужен импульс к переоценке деятельности массмедиа, выработке мощного защитного механизма. Понимая, что избавиться от патогенного воздействия СМИ вряд ли удастся сразу, необходимо стараться минимизировать это влияние.

В этой связи предлагается принять принцип экологии в журналистике. Его можно выразить через максимум «Не навреди!». Все зависит от всего. Сотворяя новые элементы картины мира, члены сообщества массмедиа и их владельцы должны понимать, какое (!) влияние они оказывают, и учитывать его возможные негативные последствия. Ведь даже самые слабые воздействия, накапливаясь, могут привести к развитию непредсказуемой динамической реакции внутри информационного поля, взорвать его изнутри, что может привести к гибели всего и всех. Поэтому жесткий контроль за производством и распространением стрессогенного контента должен стать нормой. Это отвечает суверенным интересам государства и общества. И соответствует Доктрине информационной безопасности Российской Федерации, утвержденной Президентом РФ.

Библиография использованных источников:

1. Абрамов В.П. Современный русский литературный язык в концептуальном и ценностном аспектах // Динамика языковых и культурных процессов в современной России: материалы IV Конгресса «РОПРЯЛ». СПб., 2014. С. 5–9.
2. Абрамова Г.А. Текст как многомерный феномен современности // Культурная жизнь Юга России. 2014. № 4. Т. 55. С. 104–106.
3. Ерофеева И.В. Деструктивная информация как «фактор интереса» в пространстве современного медиатекста // Медийные стратегии современного мира: Материалы Международной научно-практической конференции (Сочи, 1–3 ноября 2012 г.). Краснодар, 2012. С. 129–132.
4. Известия. 2014. 17 окт.
5. Кравченко Н.П. Социальные сети как средство информационного управления // Материалы Международной научно-практической конференции «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации» (г. Ростов-на-Дону, 18–19 сентября 2014 г.). Ростов н/Д., 2014.
6. Марков А.А. Связи с общественностью в защите корпоративного имиджа от негативной информации СМИ : монография. СПб., 2009. С. 15.

7. Реклама ИГИЛ: приемы из «Матрицы» в голливудских роликах [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2146610> (дата обращения: 11.12.2015).
8. Соцсети очистят от пропагандистских фильмов боевиков ИГИЛ [Электронный ресурс]. URL: http://kavpolit.com/articles/sotsseti_ochistjat_ot_propagandistskih_filmov_boev-10392/ (дата обращения: 11.12.2015).

References:

1. Abramov V.P. Contemporary Russian Literary Language in conceptual and valuable aspects // Dynamics of language and cultural processes in today Russia: Materials of the IV Congress of ROPRYAL (Russian Society of Teachers of Russian Language and Literature). SPb., 2014. p.5-9.
2. Abramova G.A. Text as a multivariate phenomenon of today // Cultural life of the South of Russia. 2014. № 4. V. 55. p. 104–106.
3. Erofeeva I.V. Destructive information as a factor of interest in the field of modern media texts // Media strategies of the modern world: Materials of International scientific and practical conference, (Sochi, November, 3-10, 2012). Krasnodar, 2012. p. 129–132.
4. Izvestiya. 2014. 17 October.
5. Kravchenko N.P. Social networks as a means for informational regulation // Materials of International scientific and practical conference Advertisement and Public Relations: traditions and innovations. (Rostov-on-Don, September 18-19, 2014). Rostov-on-Don, 2014.
6. Markov A.A. Public Relations protecting corporation image from negative media information: Monograph. SPb., 2009. p.15.
7. Advertisement of IGIL: tricks from Matrix in Hollywood commercials. [Electronic resource]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2146610> (date of access: 11.12.2015).
8. Social Networks will be cleared from propaganda films of IGIL fighters. [Electronic resource]. URL: http://kavpolit.com/articles/sotsseti_ochistjat_ot_propagandistskih_filmov_boev-10392/ (date of access: 11.12.2015).

УДК 070.1

Койбаев Борис Георгиевич

доктор политических наук, профессор,

заведующий кафедрой всеобщей истории и политологии

Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова

МЕДИАТИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМАТИКИ ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация: В статье показана двойственная роль СМИ в процессе регулирования этноконфессиональных отношений. Резонансные события в сфере этнокультурного взаимодействия рассматриваются как медийные свидетельства напряженности межнациональных и межконфессиональных отношений, показано их стимулирующее/дестабилизирующее воздействие на процессы социальной консолидации в постбиполярном мире.

Ключевые слова: СМИ, медиатехнологии, глобализация, информационное общество, постбиполярный мир, этноконфессиональные отношения.

Koibaev Boris Georgievich

Doctor of Political Science, Professor,

Head of Department of Modern History and Political Science

The North – Ossetian State University after K.L. Khetagurov

MEDIATIZATION PERSPECTIVE OF ETHNO-CONFESSIONAL RELATIONS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Abstract: The paper focuses on the dual role of mass media in the process of regulating ethno-confessional relations. High-profile events in the sphere of ethno-cultural interrelations are considered as media evidence

of tension in international and inter-confessional relations. The article shows their stimulating / destabilizing action on the processes of social consolidation in post-bipolar world.

Keywords: mass media, media technologies, globalization, information society, post-bipolar world, ethno-confessional relations.

Сегодня бурно развивающиеся процессы глобализации парадоксальным образом демонстрируют наличие и «сосуществование» двух разновидностей этноконфессиональных взаимоотношений – интолерантного и толерантного, причем удельный вес позитивного его наполнения, к сожалению, заметно уступает негативному, в чем непосредственную и, без преувеличения, основополагающую роль играют современные средства массовой информации.

После окончания «холодной войны» и распада СССР, по мнению большинства исследователей, возникла новая геополитическая и информационная реальность – «постбиполярный мир», или «мир после холодной войны» (post-cold war world), ознаменовавшийся существенным изменением баланса сил и глубинной трансформацией всей системы международных отношений в фарватере сложных процессов глобализации.

Окончание почти полувекового противостояния между двумя сверхдержавами воспринималось в западном обществе в высшей степени идеалистически – как всеобщая победа либеральных ценностей и залог наступления эры мира и благоденствия без войн и конфликтов.

Важнейшим аргументом судьбоносных перемен в геополитической реальности глобализирующегося мира, по утверждению большинства исследователей, явилось создание единого глобального информационного пространства, ознаменовавшее собой качественный переход к новой исторической эпохе – «информационному обществу». Новые информационные и коммуникативные технологии «особенно повлияли на целый ряд аспектов политической жизни. Информация, благодаря новым технологиям, способна значительно легче и быстрее проникать через границы. Доступ к информации, а также скорость ее получения изменили глобальные и региональные структуры» [2, с. 51].

Однако вскоре характерные явления, процессы и тенденции, наблюдаемые в мировом информационном и политическом пространстве, показали, что это «единство» иллюзорно и не предполагает паритета акторов международной системы, так как явилось и продолжает оставаться своеобразной привилегией только одной стороны, которая и инициировала все эти процессы – Соединенных Штатов Америки.

Сегодня сущность этих процессов как нельзя более колоритно находит свое отражение в особенностях американо-российских отношений

в контексте современной глобальной политики, анализ которых позволил как советологам, так и либерально ориентированным политологам и журналистам укрепиться во мнении, что холодная война – во всяком случае в ее информационно-психологическом аспекте – отнюдь не закончилась с развалом СССР, а претерпела лишь своеобразную «перезагрузку». Красноречивым и, к сожалению, трагическим свидетельством этого, в частности, стали: «пятидневная война» между Грузией и Южной Осетией в августе 2008 г., воссоединение Крыма, украинские события, борьба России с террористической организацией ИГИЛ в Сирии, которые, по сути, с одной стороны, стали очередной проверкой на прочность американо-российских отношений, а с другой – обнажили несовершенство существующего политического и информационного миропорядка с его «двойными» стандартами.

Эти и другие события наглядно продемонстрировали, что либеральные идеи глобализма, основанные на преодолении узконациональных интересов во имя становления униполярного «общества цивилизованных стран» (этот проект получил название «мондиализма» от французского слова «monde» – «мир» и вызвал к жизни особое направление в геополитике под названием «геополитика мондиализма», или доктрина «нового мирового порядка») под эгидой Запада, и прежде всего – США, не стали универсальными. Современная геополитическая картина международных отношений, которая формально декларирует внешнеполитический паритет, дух партнерства и исчезновение «полюсности» политического пространства, напротив, все отчетливее развивается по сценарию «однополюсного мира» американского политолога Фрэнсиса Фукуямы, а конфликтность международных отношений даже возросла, перейдя в иную плоскость [8].

Современное человечество по-прежнему представляет собой сложный конгломерат политических, экономических, этноконфессиональных, языковых сообществ. Как следствие, осуществляемые Западом при помощи широкого набора инструментов политико-экономического, военного, информационно-психологического давления попытки повсеместно насадить свои культурные ценности вызывают все более энергичное отторжение со стороны незападных государств. О степени этого отторжения можно судить, к примеру, по деятельности исламских фундаменталистов и международного терроризма, традиционно «презентующих» организуемые ими теракты

как геополитический протест экспансии Запада. Но, пожалуй, самым очевидным результатом этих процессов стало то, что на место одного глобального противостояния двух идеологий пришло множество разнообразных геополитических, геоэкономических, межкультурных конфликтов меньшего масштаба, которые тем не менее отличаются своей сложностью, противоречивостью и непредсказуемостью.

За последнее время знаменитая теория американского социолога и геополитика Сэмюэля Хантингтона, который предсказывал постбиполярному миру в качестве основного конфликта «столкновение цивилизаций»: западно-христианской (Запад), православной (Россия и другие страны Восточной Европы), исламской (мусульманские государства Азии, Африки и Европы), конфуцианской (Китай и другие страны Восточной Азии), синтоистской (Япония), индуистской (Индия и другие страны Южной Азии) и т. д., неоднократно оправдала свою состоятельность в череде «размораживающихся» межнациональных конфликтов и многочисленных межгосударственных «газовых», «нефтяных», «информационных» и прочих «войн».

При этом, в частности, «незатухающие» межнациональные конфликты современности выводят на авансцену текущих этнополитических процессов функциональную управленческую роль религии как эффективного и во многом уникального фактора не только духовной консолидации, но и идеологической и политической дезинтеграции общества. Не случайно политологи и этнологи квалифицируют межэтнические конфликты как самые жестокие и сложные для медиаторства, так как они неизбежно облекаются в форму «национально-освободительной» борьбы за самое святое для любого народа – этническое самосознание, культурную и религиозную самостоятельность, что зачастую служит заведомо эффективным прикрытием и одновременно мощным стимулом в достижении чисто политических, экономических и других целей противостояния [3].

В качестве наглядного примера уместно вспомнить один из характерных лозунгов сепаратистов в первую чеченскую кампанию, не раз зафиксированный объективами телекамер в виде надписей на стенах разрушенных домов: «Чечня – субъект Аллаха». Эта искусно выстроенная аллегория является красноречивым документальным свидетельством того, как в подобных конфликтах изначально политическая и экономическая борьба подспудно приобретает смысл и масштабы борьбы идеологической – межконфессиональной и межкультурной.

В мировой истории религия не раз выступала мощным фактором политического манипулирования, а нередко – открытым инструментом

агрессии и дестабилизации внутригосударственного и международного порядка. Сегодня, в новую «информационную» эпоху глобальных геополитических и межкультурных трансформаций, в условиях технотронной цивилизации, в которой научно-технический прогресс соседствует с расцветом нищеты и насилия, межэтнической напряженностью и моральным разложением, религия продолжает оставаться «опиумом для народа», активно используемым в качестве инструмента социального манипулирования в острейших вопросах как внутренней, так и внешней политики.

Фундаментальную деструктивную роль именно религиозным различиям между народами в конфликтогенности современного этноконфессионального взаимодействия отводит и С. Хантингтон: «Конфликт между цивилизациями придет на смену идеологическим и другим формам конфликтов в качестве преобладающей формы глобального конфликта... конфликты между группами, относящимися к разным цивилизациям, будут более частыми, затяжными и кровопролитными, чем конфликты внутри одной цивилизации; вооруженные конфликты между группами, принадлежащими к разным цивилизациям, станут наиболее вероятным и опасным источником напряженности, потенциальным источником мировых войн... в ближайшем будущем основным очагом конфликтов будут взаимоотношения между Западом и рядом исламско-конфуцианских государств» [9].

Действительно, на протяжении последних десятилетий ислам и исламские движения стали все больше обращать на себя внимание современного общества. В глобализирующемся мире наблюдается резкий рост исламских настроений как показателя национальной независимости и национально-культурных особенностей, активную динамику получают тенденции, определяемые турецким историком Кемалем Карпатом не иначе как «политизация ислама» [10].

Все эти процессы вызывают неоднозначную реакцию в современных демократических, «нетрадиционных», обществах, и прежде всего в странах Европы и в США, где основополагающими принципами социально-политического развития являются не этнокультурные, а общечеловеческие ценности и нормы. С одной стороны, активная интеграция исламского экономического, культурного и человеческого капитала в мировое пространство отвечает четко наметившейся тенденции его универсализации и глобализации, как известно подразумевающих в числе закономерных последствий стирание культурных границ и социальных противоречий между народами, в чем не последнюю роль играет деятельность различных гуманитарных организаций и транснациональных корпораций. С другой стороны, в среде западных аналитиков,

политологов и евроинтеграторов все отчетливее звучат тревожные опасения, связанные с четко обозначившейся динамикой «исламизации» и вместе с тем набирающей силы «дехристианизацией» со всеми вытекающими социально-политическими и социокультурными последствиями.

В этой связи крайне интересным представляются размышления американского историка и аналитика, специалиста по Ближнему Востоку Дэниэла Пайпса. В своей статье с футурологическим названием «Не превратится ли Европа в Еврабию?» (*Europe or Eurabia?*), опубликованной в газете *The Australian* еще 15 апреля 2008 г., Пайпс, опираясь на циркулирующие в западном обществе экспертные мнения, предвидит три пути (модели) развития ситуации в Европе: господство мусульман (ассимиляционистская модель), отказ от мусульман (сегрегационная модель) или гармоничная интеграция (плюралистическая модель) [5].

У первого, пессимистичного с точки зрения европейцев, варианта немало сторонников. Так, итальянская журналистка и политолог Ориана Фаллачи, написавшая в одной из своих книг, что мусульманская вера «питает ненависть вместо любви и поощряет рабство вместо свободы», и однажды разорвавшая хиджаб на глазах у лидера иранской революции аятоллы Хомейни, убеждена, что «Европа все больше и больше становится провинцией ислама, его колонией» [7].

При этом Пайпс указывает на три фактора, которые так или иначе будут способствовать «исламизации» Европы: вера, демография и чувство наследия.

Конкретизируя, Пайпс говорит, что антиклерикализм, который преобладает в Европе, особенно в среде элиты, ведет к забвению иудейско-христианских традиций, появлению пустых скамей в церквях и к усилению привлекательности ислама. К тому же, как утверждает автор, многие европейцы перестали гордиться своей историей, традициями и обычаями. Ощущение вины за возникновение фашизма, расизма и империализма вызывает у многих чувство того, что их культура имеет меньшую ценность, чем культура иммигрантов.

Действительно, статистический анализ прослеживаемой в европейских странах в течение уже нескольких десятилетий тенденции «дехристианизации» демонстрирует без преувеличения тревожные результаты. Так, Христос родился в Вифлееме, то же число респондентов не знает, что, согласно Библии, Адам был первым человеком, а в целом с историей христианства гораздо лучше знакомы люди старше 50 лет, нежели молодое поколение [4].

В том же году неоднозначную реакцию британского общества вызвала «предрождественская» инициатива тогдашнего премьер-министра

Тони Блэра выпустить два вида поздравительных открыток: для христиан – «Лучшие пожелания по случаю Рождества и Нового года» и для нехристиан – «Лучшие пожелания по случаю Нового года» – чтобы «не ущемлять другие религии» [4].

По этой же причине сотрудники одной из лондонских библиотек отказались от афиш, объявляющих концерт рождественских песнопений, и одновременно организовали празднование Аид аль Фитра – традиционного дня разговения, которым мусульмане отмечают окончание Рамадана. А в журнале «Таймс» от 17 декабря 2004 г. были опубликованы данные социологического опроса среди 800 преподавателей, согласно которым четверть английских школ решила не проводить «традиционного празднования с рождественскими песнопениями, чтобы не возбуждать недовольства среди учеников, представляющих нехристианские религии» [4].

В Италии в конце 2003 г. член столичной мусульманской общины в судебном порядке добился решения убрать распятие в школе, где учился его ребенок. Однако это вызвало бурную дискуссию в итальянском обществе, и позже решение суда было отменено. Тем не менее «судьи высокой инстанции так и не высказали своего мнения по поводу того, совместимо ли распятие в учебных заведениях со светским характером итальянского государства» [4].

Во Франции в 2004 г. директор лицея в Ланьи-на-Марне «по просьбе группы учеников, ссылавшихся на светский характер учебных заведений», приказал убрать традиционную рождественскую елку, поставленную у входа в лицей. Однако несколько дней спустя, после многочисленных протестов, елка была возвращена, но ее поставили в углу столовой, которую посещают только ученики групп продленного дня. А вскоре после инцидента в лицее было вывешено объявление, разъясняющее учащимся, что «ель применялась в качестве праздничного атрибута задолго до христианства» [4].

В полном контрасте с этими проявлениями европейского антиклерикализма, как отмечает Д. Пайпс, мусульмане выказывают религиозное рвение, которое способствует восприимчивости к идеям исламизма, в том числе – к джихаду, культивированию чувства превосходства по отношению к немусульманам и, что немаловажно, даже к возникновению демографических различий. В качестве аргумента Пайпс берет на себя ответственность прогнозировать, что крупнейшие города Голландии – страны, где, по разным данным, проживает около миллиона мусульман, что составляет 6 % населения, и действует около 400 мечетей, – Амстердам и Роттердам примерно в 2020 г. станут первыми городами, в которых большинство граж-

дан – мусульмане, а Россия, возможно к 2050 г., станет страной с таким большинством [1].

Следуя логике второго пути, предлагаемого Пайпсом, врожденные европейцы, поскольку они составляют 95 % населения континента, могут в любое время вернуть себе контроль, если придут к выводу, что мусульмане представляют собой угрозу их высоко ценимому европейскому образу жизни. Фактически движение в этом направлении уже сейчас можно увидеть в том, что во Франции, несмотря на бурную протестную реакцию мусульман, введено законодательство, запрещающее ношение в общественных местах хиджаба (традиционной мусульманской накидки, скрывающей лицо и руки женщины).

На европейской политической ниве усиливаются позиции антииммигрантских партий, которые фокусируют внимание на проблемах, связанных с исламом и мусульманами. К таким партиям относятся Британская национальная партия (British National Party), Бельгийская Влаамс Беланг (Vlaamse Belang), Французский национальный фронт (France's Front National), Австрийская партия свободы (The Austrian Freedom Party), Партия за свободу в Нидерландах (The Party for Freedom in the Netherlands), Датская народная партия (The Danish People's Party) и партия «Шведские демократы» (The Swedish Democrats). Эти партии пользуются стабильной электоральной поддержкой и, по отдельности задавая тон внутренней национальной политике, в совокупности представляют собой потенциальную и довольно мощную дезинтеграционную силу в Европейском доме, который все отчетливее «сожалеет» о том, что после Второй мировой войны «добровольно» распахнул свои двери для иммигрантов в рамках проведения политики импорта рабочей силы. Так или иначе, по мнению Пайпса, популярность этих националистических партий будет расти прямо пропорционально динамике исламской иммиграции в Европу.

Третий, оптимистичный, путь для европейского континента в условиях нарастающей «исламизации» Д. Пайпс видит в гармоничном «существовании» и создании «нового человеческого объединения» коренных европейцев и мусульманских иммигрантов, своеобразной «Евразии». Как утверждает автор, данный идеалистический подход претендует на статус общепринятой точки зрения, ссылаясь на то, что ее разделяют и журналисты, посвящая этой проблеме передовые статьи в авторитетнейших изданиях, и даже ученые. К примеру, в 1991 г. большой резонанс в Европе вызвала книга французских исследователей Жанны-Элен Кальтенбах и Пьера Патрика Кальтенбах «Франция, благоприятная возможность для ислама», само название которой отражает жизнеспособность европейско-исламского консенсуса,

по крайней мере – в представлениях европейской интеллигенции.

Однако на этом радужном фоне «плюралистической» модели пессимистически выглядят прогнозы некоторых американских аналитиков. Так, по мнению американского обозревателя и популярного радиоведущего Дэнниса Прагера, «трудно представить себе другой сценарий для будущего Западной Европы, чем ее исламизация или возникновение гражданской войны» [5].

Эту позицию, в свою очередь, разделяет канадский журналист Марк Штейн, утверждая, что значительная часть западного мира не сумеет перенести трудности XXI века и эта часть мира практически исчезнет еще в наше время, во многих – или почти во всех – европейских странах. Одновременно он предсказывает, что судьба России состоит в том, что исламский мир присоединит к себе большие куски ее территории и что решающим фактором XXI века вполне может стать развал России [11].

И, нужно отметить, подобные геополитические опасения экспертов имеют вполне реальную фактическую основу.

В начале 2000-х гг. в городах Англии прокатилась волна столкновений между полицией и мусульманами – выходцами из Пакистана и Бангладеш.

В январе 2004 г. во Франции, где ислам исповедуют 5 млн (8 %) граждан, прошли массовые антиправительственные демонстрации мусульман, протестующих против планируемого принятия закона, который должен был запретить школьникам в государственных школах носить предметы одежды, символизирующие их религиозную принадлежность: большие кресты, хиджабы, чалмы, еврейские кипы или сикхские тюрбаны.

Однако демонстрации и протесты не смогли помешать принятию в феврале 2004 г. закона о светском характере общества, поддержанного двумя третями населения Франции. Как следствие, уже через месяц в центре Парижа был совершен умышленный поджог Еврейского социального центра, а стены здания – исписаны нацистскими и антисемитскими лозунгами. Ответственность за эту акцию взяла на себя неизвестная ранее группировка «Джамаат Ансар аль-Джихад Аль-Исламия». А 20 августа 2004 г. в Ираке были похищены два французских журналиста. Похитители – экстремисты из некой «Исламской армии Ирака» (ИАИ) – заявили, что казнят их, если во Франции не отменят принятый закон.

Однако французское правительство категорически отказалось отвечать на шантаж. Потребовались четыре месяца огромных дипломатических усилий со стороны французских властей и лично президента Жака Ширака, привлечшего к пере-

говорному процессу духовных и политических лидеров мусульманских стран, в результате чего через четыре месяца заложники были освобождены. Всего же за весь период с 2004 г. во Франции было совершено 160 нападений религиозно-экстремистского характера.

Вместе с тем «антиисламские» настроения стали активизироваться по всей Европе. Аналогичные французскому законодательные акты были также приняты в Германии и Бельгии. 20 сентября 2004 г. полиция Берлина официально запретила проведение «Первого арабского исламского конгресса в Европе», назвав его «антисемитской и антиизраильской» акцией.

В последнее время осознанной необходимостью становится ужесточение миграционного законодательства в ЕС в связи с событиями в Сирии, приведшими к массовому потоку мигрантов в Западную Европу. СМИ в этой связи часто представляют своему читателю материал, посвященный уличным беспорядкам с участием иммигрантской мусульманской молодежи, зачастую заканчивающиеся жестокими драками, что свидетельствует о нарастающих в Европе этноконфессиональных противоречиях.

Таким образом, с учетом приведенных выше фактов, сегодня никто не осмелится отрицать, что все чаще ислам привлекает к себе внимание общественности только тогда, когда происходят сенсационные или трагические события, вследствие чего сравнительно молодая религия, имеющая более полутора миллиардов приверженцев по всему миру, превратилась в массовом сознании в символическое воплощение всего негативного, насильственного, опасного. Об этом говорит и широкое распространение в прессе и обиходной речи заимствованных из политологического лексикона понятия «исламофобия», несущая не только эмоционально-стилистическую, но и социально-политическую нагрузку, пробуждая в массовом сознании определенные исторические ассоциации.

Арабо-израильский конфликт, террористические акты 11 сентября 2001 г. в Нью-Йорке, в европейских и российских городах, ядерная программа Ирана, войны в Ираке и Афганистане, деятельность ИГИЛ, беспрецедентный террористический акт в Париже 13 ноября 2015 г. – эти и многие другие политические события последних

лет, бесспорно, являются благодатной почвой для распространения «антимусульманских» стереотипов в глобальном информационном пространстве.

С другой стороны, в силу своего социально-профессионального предназначения становясь «участниками» этих событий и порой выражая мнения и оценки, построенные на одних эмоциях, а не на глубоком политическом анализе, формированию отрицательной репутации ислама активно способствуют и мировые СМИ, провоцируя, в свою очередь, радикализацию настроений мусульман по отношению ко всем остальным, «неверным». Так, серийные публикации карикатурных изображений самого почитаемого в исламе пророка Мухаммеда в европейской прессе, карикатура на одного из лидеров группировки ИГИЛ Абу Бакра аль-Багдади во французском сатирическом еженедельнике «Шарли Эбдо» 7 января 2015 г. спровоцировали международный политический скандал и массовые акции протеста во всем исламском мире, обернувшиеся многочисленными разрушениями и человеческими жертвами.

Вместе с тем необходимо отметить, что сегодня, под влиянием массовой культуры и повсеместной смены ценностных ориентаций, с активизацией разветвленной сети деструктивных тоталитарных и оккультных сект, которых, по данным Российской ассоциации центров изучения религии и сект (РАЦИРС), на территории только РФ и стран СНГ сегодня действует более 500, наряду с исламской, и христианская тематика «стараниями» средств массовой информации все чаще овеивается ореолом не святости, а скандальности, и вместо того, чтобы формировать в обществе идеи духовности и толерантности, становится источником социальной напряженности [6]. А это, в свою очередь, стимулирует серьезные изменения в восприятии религиозных догматов, места и роли религии в жизни отдельного человека и социума, чему есть множество красноречивых «медийных» примеров.

Таким образом, все перечисленные выше резонансные события в сфере этнокультурного взаимодействия являются красноречивыми медийными свидетельствами напряженности межнациональных и межконфессиональных отношений в современном мире, с одной стороны, и стимулирующей/дестабилизирующей роли глобальных средств массовой информации в этом процессе – с другой.

Библиография использованных источников:

1. Ислам в Голландии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.islamnews.ru/news-6142.html> (дата обращения: 19.12.2015).
2. Койбаев Б.Г. Формирование новой системы международных отношений в условиях глобального информационного общества // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова. 2012. № 1.
3. Муштук О.З., Деев А.Ю., Которова О.С. Конфликтология. М., 2007.

4. Наступление на христианство в Западной Европе [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravoslavie.ru/press/041226163000.htm> (дата обращения: 19.12.2015).
5. Пайпс Д. Не превратится ли Европа в Евробию? <http://ru.danielpipes.org/article/5551> (дата обращения: 19.12.2015).
6. Последствия сектантства [Электронный ресурс]. URL: http://www.anticakta.ru/?page_id=7241 (дата обращения: 19.12.2015).
7. Фаллачи О. Ярость и гордость / пер. Л. Виноградова. М., 2004.
8. Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек. М., 2004.
9. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М., 2003.
10. Karpat K. The Politicization of Islam: Reconstructing Identity, State, Faith, and Community in the Late Ottoman State. Oxford ; New York, 2001.
11. Steyn M. Russia is dying and Islamists will grab parts of the carcass // The Australian. 2005. 01 Nov.

References:

1. Islam in Holland [Electronic resource]. URL: <http://www.islamnews.ru/news-6142.html> (date of access: 19.12.2015).
2. Koibaev B.G. Formation of new system of international relations under the conditions of global information society // Bulletin of The North – Ossetian State University after K.L. Khetagurov. 2012. № 1.
3. Mushtuk O.Z., Deev A.Y., Kotorova O.S. Conflictology. M., 2007.
4. Attack on Christianity in Western Europe [Electronic resource]. URL : <http://www.pravoslavie.ru/press/041226163000.htm> (date of access: 19.12.2015).
5. Pipes D. Europe of Eurabia? [Electronic resource]. URL : <http://ru.danielpipes.org/article/5551> (date of access: 19.12.2015).
6. Consequences of sectarianism [Electronic resource]. URL: http://www.anticakta.ru/?page_id=7241 (date of access: 19.12.2015).
7. Fallachi O. Rage and pride / transl. by L.Vinogradova. M., 2004.
8. Fukuyama F. The End of the history and the last human being. M., 2004.
9. Huntington S. Clash of civilizations. M., 2003.
10. Karpat K. The Politicization of Islam: Reconstructing Identity, State, Faith, and Community in the Late Ottoman State. Oxford ; New York, 2001.
11. Steyn M. Russia is dying and Islamists will grab parts of the carcass // The Australian. 2005. 01 Nov.

УДК 070.1

Шувалов Сергей Сергеевич

*преподаватель кафедры издательского дела и медиатехнологий
Кубанского государственного университета*

О КОММУНИКАТИВНОЙ ПРИРОДЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ МЕДИА

Аннотация: В статье описываются базовые характеристики коммерциализации медиа как коммуникативной системы, связующего звена между процессами, построенными на противоположных принципах (интеграции и конкуренции) в медиасистеме и в медиаэкономике.

Ключевые слова: коммерциализация, медиа-рынок, медиа-система, медиа-продукт, коммерческие свойства, институциональные свойства, медиаиндустрия.

Shuvalov Sergey Sergeevich

*Lecturer of Department of Publishing Trade and Media Technology
Kuban State University*

OF COMMUNICATIVE CHARACTER OF COMMERCIALIZATION OF MEDIA

Abstract: The article describes basic characteristics of commercialization of media as a communicative system, connecting link between processes, founded on opposite principles (integration and competition) in media system and media economy.

Key words: commercialization, media market, media system, media product, commercial features, institutional features, media industry.

Очевидно, что коммерциализация – процесс органичный для рыночной экономики, лежащий в основе формирования того или иного рынка товаров и услуг, в том числе и рынка медиа, одним из сегментов которого является интересующая нас в этом исследовании периодическая печать.

Очевидно и то, что коммерциализация предполагает внедрение рыночных отношений в сферы, не связанные с рынком до этого. То есть, говоря о коммерциализации СМИ, мы должны понимать, что подразумеваем как характер перехода на коммерческую основу, внедрение на рынок, так и введение рыночных отношений, внедрение рынка. Это и подразумевает формирование соответствующего рынка товаров и услуг вокруг данных сфер.

Для более полного определения сути и характера исследуемого явления ввиду особенностей затронутой сферы мы воспользуемся еще одной дефиницией, взятой в учебнике по истории мировой журналистики: под коммерциализацией понимаются структурные и содержательные перемены в медийной сфере, порожденные воздействием факторов информационного рынка [2].

Таким образом, не зная структуры и закономерностей рынка, невозможно понять и характера, типа и структуры коммерциализации, в процессе которой возможно его формирование, с одной стороны, и освоение – с другой.

Согласно основному предположению, рынок для коммерциализации является своеобразным источником базовых тенденций. Другими словами, исследование его структурных и процессуальных особенностей имеет особое значение для центральной гипотезы нашего исследования.

Однако не стоит забывать и о том, что особенности рынка – это в первую очередь специфика спроса и предложения как первоосновных его элементов. Соответственно, для рассматриваемого нами сегмента важно определить особенности медиатекста в периодической печати, как специфического товара, и аудитории печатных СМИ, как специфического его потребителя. Несколько забега вперёд, следует сказать, что в этом плане и для потребителя, и для товара характерна некоторая двойственность. Журналистская информация, представляющая собой результат деятельности журналистов, с одной стороны, это продукт духовного творчества, с другой стороны, эта информация поступает на рынок и становится товаром. Соответственно аналогичные признаки двойственности присущи всей системе СМИ в целом. Это в свою очередь говорит в пользу выделения нами двойственности как одного из базовых свойств исследуемого явления.

Потому достаточно определенно можно говорить о необходимости исследования явления коммерциализации сразу в двух направлени-

ях: в плане основного процесса внутри рынка периодической печати и в плане структурного взаимодействия с периодической печатью как сложной системной структурой внутри системы отечественных СМИ.

С точки зрения структуры современного медиарынка в печатном его сегменте, основным товаром, вернее, одним из базовых источников дохода является рекламная информация. Часто отмечается такое явление, как завышение цифр реализуемого тиража в пользу привлечения потенциальных рекламодателей. Вполне очевидно, что реклама – это наиболее объективный источник дохода, менее подверженный факторам ситуативного аудиторного колебания и при этом позволяющий рассматривать долгосрочные перспективы рыночного существования того или иного издания.

Развитие российского медиарынка, таким образом, показывает, что реклама сегодня – не только востребованный аудиторией тип содержания СМИ. Она превратилась в основной источник новых инвестиций, стала основой экстенсивного развития всей системы СМИ [1]. То есть вполне очевиден приоритет отдельного вида информации для рынка и экономики в целом, а значит, становление представления об основном реализуемом продукте. Размещенная реклама – это автоматически получаемая прибыль, не зависящая от фактора реального распространения, не связанная с иными факторами прибыльности издания: ни с качеством контента, ни с позицией издания, ни с реализацией тиража в принципе. Данный вид информации менее всего зависит от информационного повода и слабее связан с понятием социального заказа, то есть менее абстрактен с точки зрения целевых установок, аудитория также обусловлена огромным количеством факторов, большая часть которых зависят от вполне объективных, измеримых показателей. В реализации этого продукта отсутствуют многие погрешности, возникающие при продаже собственно журналистской информации. Таким образом, для получения дохода на медиарынке приоритетным типом товара служат рекламные сообщения.

Чрезмерная коммерциализация медийных организаций, действующих по рыночным законам, приводит к утрате ими функций «общественной службы», что негативно сказывается на отношении граждан к прессе. Творческие и управленческие решения в информационной индустрии, подчиненной требованиям рынка, обычно принимаются без учета социальных последствий их реализации, а лишь с учетом экономического эффекта. При этом запросы аудитории игнорируются (например, потребность в создании развивающего контента для детей). Сугубо прагматический подход принуждает редакторов и журналистов отказываться от

освещения спорных, «неудобных» и коммерчески невыигрышных тем и проблем, что в свою очередь усиливает монотонность содержания СМИ [3].

Эта небольшая выдержка из исследования основных факторов утраты доверия аудитории, полностью иллюстрирует данную ситуацию: мы наблюдаем линейную, одностороннюю связь между двумя основными типами медиапродукта. Рекламная информация в качестве основного продукта поступает на рынок посредством договора со специальными отделами внутри редакции. Можно даже рассуждать о конкуренции за приобретение прав на реализацию рекламы среди различных СМИ.

Многие элементы самого издания, при подобной ориентации становятся частью саморекламы реализационных способностей ее площадей: основной сферой спекуляции становятся выходные данные, такие как тираж, территория распространения и т. п.

Это становится особенно очевидным в связи с конъюнктурой медиарынка, растущего за счет увеличения объема доходов от рекламы и количества бесплатных изданий: основным источником дохода, а равно и основным продуктом становится реклама. Рынок информации во многом подчинен интересам борьбы за рекламодателя: конкуренция, связанная с привлечением внимания аудитории (говоря рыночными категориями реального спроса) ведется также и с целью завоевать доверие фирм, поставляющих оплачиваемый контент. Целевая аудитория выбирается не только в связи с концепцией издания, но и в связи с коммерческим ожиданием потенциального рекламодателя.

Для общества рыночной экономики, как мы видим, понятия экономики, рынка, а следовательно, и коммерциализации очень тесно взаимосвязаны с базовым понятием деятельности самой социальной системы в целом.

Идея частной собственности и рыночной конкуренции в медиаиндустрии по духу была близка концепции свободы печати, уже со времен Мильтона и Миллза апеллировавшей к концепции «рынка идеи» и их свободной конкуренции. В условиях многих рыночных демократий частная собственность на СМИ означала отсутствие государственного контроля и, естественно, цензуры, что должно было привести к более полному удовлетворению интересов аудитории через механизмы спроса и предложения [1].

Интересующее нас явление становится одним из компонентов свободы журналистской деятельности. Именно данный процесс полностью определяет степень вхождения издания в рыночную структуру на уровне финансово-производственном, вследствие чего в плане институциональной деятельности достигается тот или

иной уровень независимости от государственных органов или спонсирующих организаций.

Но своеобразие медиапродукта порождает иную зависимость: коммерческие и институциональные свойства разделены, по сути, лишь на стадии производства, в то время как на стадии потребления они образуют функциональный тандем. И от качества информации зависит и то, каким спросом она будет пользоваться. Соответственно будет меняться и структура финансовых поступлений: как от реализации тиража, так и от продажи рекламы.

Естественно, такое влияние также учитывается при планировании экономической политики издания. Следовательно, контент становится коммерческим компонентом сразу в двух направлениях: с одной стороны, по принципу зависимости от рентабельности, то есть степени успешности политики издания на рынке, как условия независимости, с другой – по принципу зависимости этой успешности от его собственных характеристик. Таким образом, получается двойная структурная взаимозависимость: рынок влияет на контент, который, в свою очередь, влияет на рынок.

Однако один сугубо коммерческий интерес не может ставиться предприятиями СМИ в центр своей деятельности по одной простой причине: средства массовой информации являются важнейшим социально-политическим институтом [1].

Таким образом, Е.Л. Вартанова подтверждает для всей системы СМИ в целом и периодической печати в частности приоритет не коммерческой, а институциональной природы ее деятельности. Следовательно, и перспективы своего существования система обнаруживает в связи с перспективами развития деятельности по созданию медиатекста, собственно журналистской информации. Исходя из понимания связи института СМИ с соответствующим ему рынком, можно заключить, что и перспективы дальнейшего развития процесса коммерциализации (по сути – в процессе осуществляемой связи) в первую очередь сопряжены с сегментом периодической печати в структуре системы СМИ как одного из общественных институтов – в то время как тенденции данного процесса формируются в рамках рыночных процессов, в основном направленных на стабилизацию двух форм спроса в условиях динамической природы искомого равновесия.

Перспективы развития и дальнейшего формирования рынка целиком и полностью зависят часто от непредсказуемых изменений информационных потребностей аудитории. Потому стабилизация запросов – одна из целей, поставленных перед медиарынком.

Таким образом, процесс коммерциализации, в плане связки «рынок – институт» направлен на

стабилизацию информационного предложения. И основные его тенденции напрямую связаны с рыночными процессами, направленными на достижение данного результата.

Двунаправленный: на формирование рынка и одновременно на адаптацию к его условиям предприятий, входящих в эту систему, – процесс коммерциализации периодической печати строится на взаимодействии печатного сегмента медиарынка и компонента периодической печати в составе медиасистемы, являющейся отражением процессов взаимодействия двух этих систем в целом.

Данные системы, в силу базовых структурных противоречий (построения и функционирования по двум полярным принципам: интеграции и конкуренции), приходят в состояние углубленного отчуждения, что позволяет говорить об особенностях процесса коммерциализации, выступающего в качестве связующего звена, основы их взаимодействия и взаимовлияния, проводника тенденций медиарынка в медиасистему и наоборот – перспектив из медиасистемы в медиарынок. Естественно, в силу существующих противоречий, не все тенденции, заложенные в рыночных процессах, адаптируются в процессе коммерциализации к медиасистеме.

Именно за счет доведения тенденций рынка до системы, в процессе их адаптации к ней и можно рассматривать основные тенденции процесса коммерциализации. Тенденции рынка, таким образом, выступают в качестве источников тенденций исследуемого процесса.

Структура медиарынка, рассмотренная нами в зависимости от типа представленной на нем информационной продукции, была условно поделена на коммерческую и собственно журналистскую (институциональную). Была выявлена парадоксальная диспропорция: основным типом реализуемой информации и фактором роста рынка является рекламная информация, которая не пользуется в самостоятельном виде спросом, но зависит от спроса на журналистскую информацию, не являющуюся постоянным и стабильным доходным

фактором. Таким образом, среди базовых процессов рынка выявлено стремление к стабилизации спроса на журналистскую продукцию в связи с интересами рекламодателя за счет стабилизации предложения.

Рассмотрев основные тенденции медиарынка, с учетом их трансформации в рамках медиасистемы, мы обобщили, таким образом, и наиболее базовые тенденции процесса коммерциализации периодических печатных изданий. Эти тенденции для процесса коммерциализации можно свести до трех базовых процессов, а именно:

1) отчуждение медиарынка от медиасистемы, то есть вынужденное дистанцирование от конкуренции на рынке базового, оригинального контента, отвечающего системным требованиям;

2) стабилизация тиража и содержания (отношения концептуального и коммерческого контента) изданий в связи со стабилизацией взаимодействия с рекламодателями за счет контроля предложения над спросом;

3) тотальная конкуренция на рынке, по причине одинаковости содержательного элемента продукта перенесенная целиком на коммерческое содержание.

Проведя соответствующее практическое исследование, а именно мониторинг нескольких печатных изданий, по принципу соотношения представленных типов контента, на основе процентного соотношения мы установили правомерность двух тенденций: отчуждения и стабилизации.

Мы заключили, таким образом, что основой для всех тенденций внутри процесса коммерциализации является ее изолированное существование в «теле» медиасистемы, ведущее к достижению экстенсивного по большей части результата расширения и стабилизации отдельных тематических пластов, по сути, создающих препятствие к выходу собственно журналистской информации на рынок. Это становится ограничением интенсивного развития медиасферы, опирающегося на конкуренцию за счет разнообразия институциональных свойств представленного медиапродукта.

Библиография использованных источников:

1. Вартанова Е.Л. Социальная ответственность СМИ в условиях становления медиабизнеса [Электронный ресурс] // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2007. № 1/2. С. 222–233. URL: <http://philol-journal.sfedu.ru/index.php/sfuphilol/> (дата обращения: 27.10.2015).
2. История мировой журналистики. 2-е изд. / А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько. Ростов н/Д., 2000. 344 с.
3. Коханова Ю.Е. Издательские корпорации на российском рынке // Журналистика и современность : тезисы докладов на всероссийской научно-практической конференции. Москва, 24–30 янв. 2000 г. М., 2000. С. 56–57.

References:

1. Vartanova E.L. Social responsibility of media under the conditions of media business formation [Electronic resource] // News of Southern Federal University. Philological Sciences. 2007. № 1/2. P. 222–233.

URL: <http://philol-journal.sfedu.ru/index.php/sfuphilol/> (date of access: 27.10.2015).

2. History of World Journalism. The Second Edition / A.G. Bepalova, E.A. Kornilov, A.P. Korochenskiy, Y.V. Luchinskiy, A.I. Stanko. Rostov-on-Don, 2000. 344 pp.

3. Kokhanova Y.E. Publishing corporations in the Russian market // Journalism and Today's World: abstracts of Russian national scientific and practical conference. Moscow, January 24–30. 2000. М., 2000. Р. 56–57.

УДК 070.19

Яблоновская Наталья Всеволодовна

доктор филологических наук,

профессор Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского,

г. Симферополь

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА И МАССМЕДИА: СБЛИЖЕНИЕ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению особенностей художественной литературы как подсистемы социальных коммуникаций, которая передает во времени и пространстве социально значимую информацию. Проведена параллель между коммуникативной, информационной, воспитательной, культурно-просветительской и рекреационной функциями художественной литературы и массмедиа, а также их функцией конструирования новой социальной реальности. Отдельно рассмотрены условия существования системы социальных коммуникаций в эпоху Web 2.0. Привлечено внимание к новой коммуникации – экранной.

Ключевые слова: художественная литература; социальная коммуникация; массмедиа; массовая коммуникация; экранная коммуникация; демассификация.

Yablonovskaya Natalya Vsevolodovna

Doctor of Philology, Professor Vladimir Vernadsky Crimean Federal University

Simferopol, Russia

FICTION AND MASS MEDIA: CONVERGENCE IN SOCIAL COMMUNICATIONS

Abstract: The article focuses on the characteristic features of fiction as a subsystem of social communication which transfers socially relevant information in time and space. The author draws a parallel between the communicative, informative, educational, cultural and recreational functions of literature and mass media, as well as their function of constructing a new social reality. The terms of existence of the system of social communication in the epoch of Web 2.0 are examined separately. The attention is drawn to a new type of communication – screen communication.

Keywords: fiction; social communication; mass media; mass communication; screen communication; demassification.

В условиях информационного общества давно назрела проблема рассмотрения художественной литературы в аспекте социальных коммуникаций. Сущность феномена «художественная литература» сегодня уже невозможно раскрыть полностью только в пределах литературоведения, без учета социокоммуникационных факторов и новейших коммуникативных технологий. В работах О. Билыченко [1], Е. Ивановой [7], В. Ильганаевой [5; 6], Г. Почепцова [10; 11; 14], В. Ризуна [16; 17; 18; 19], Э. Шестаковой [21] было теоретически обосновано рассмотрение феномена художествен-

ной литературы в социально-коммуникационном дискурсе.

Динамичная трансформация художественной литературы в новых информационных и технических реалиях постоянно ставит новые вопросы, вызывая, таким образом, потребность в новых исследованиях.

Цель нашей статьи – установить общность функций, возможностей и рисков, возникших у художественной литературы и массмедиа как подсистем социальных коммуникаций в эпоху Web 2.0.

Задачи статьи:

– раскрыть общественную значимость коммуникативной функции, которую выполняют в обществе художественная литература и массмедиа;

– проанализировать совпадения в выполнении художественной литературой и массмедиа коммуникативной, информационной, воспитательной, культурно-просветительской и рекреационной функций, а также функции моделирования новой социальной реальности;

– изучить новые возможности и проблемы, появившиеся у художественной литературы и массмедиа в эпоху Web 2.0.

В последнее время в медиалогии становится все более заметным уход от филологической научной надстройки – вполне закономерный и давно прогнозируемый, поскольку, например, в такой популярной подсистеме журналистики, как телевидение, определяющим фактором изначально являлось не слово, а картинка: ряд визуальный на телевидении всегда побеждает в любых спорах с вербальным (что подтверждается пословицей «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать»). Тончайшие манипуляции на сегодняшнем телевидении совершаются не словом, а, наоборот, при полном отсутствии закадрового текста, с помощью искусно смонтированных лайфов, когда зрителя «подводят» к определенному выводу, но сам он этой манипуляции не улавливает, поскольку ему кажется, что он «все видел своими глазами».

И поскольку такие явления, как социальные сети и новые медиа, не укладываются полностью в филологическую парадигму и понятия журналистики, ученым все чаще приходится обращаться к более широким терминам – «массовая коммуникация», или «социальная коммуникация», если акцент делается на социальной ответственности массмедиа.

И в этой связи вполне закономерно возникает вопрос о том, не логично было бы теперь попытаться рассмотреть в системе социальных коммуникаций и художественную литературу, которая, как и любое искусство вообще, является передачей во времени и пространстве социально значимых смыслов.

Так, осуществляя социальную коммуникацию в диахронии, любимые книги, образы, сюжеты обеспечивают непрерывность художественной традиции, связывают в единое целое разные поколения одной нации. В синхронии такая передача символов является залогом общественного диалога и единства страны, объединяя различные социальные, возрастные, профессиональные и территориальные группы и снимая таким образом противоречия, которые неизбежно возникают при отсутствии единого ценностного пространства.

Возможно, поэтому сегодня в интернет-пространстве время от времени появляются оживлен-

ные обсуждения темы о книгах, на которых мы выросли, как об объединяющем начале. Интересно, что пользователи с восторгом делятся не только перечнем книг своего детства, но и фотографиями их обложек и иллюстрациями из них. В таком контексте ни одна деталь не является лишней, важным становится не только содержание книг, но и чувственные воспоминания о знакомстве с ними: запах бумаги и ее шероховатость, вид и фактура обложки, иллюстрации. Эти воспоминания бережно хранятся «посвященными» на протяжении всей жизни. Вот почему общий круг чтения, общие впечатления от него объединяют незнакомых людей не меньше, чем общее прошлое – людей знакомых.

Эта же коммуникативная функция является одной из важнейших (если не самой важной) и для журналистики, призванной налаживать социальный контакт. Неслучайно средства массовой информации называют еще на западный манер – «медиа», то есть посредником: и они в лучших своих проявлениях действительно выполняют функцию посредничества между обществом и властью, между богатыми и бедными, между титульной нацией и национальными меньшинствами, между консерваторами и реформаторами, стариками и молодежью, помогают понять не только себя и своих единомышленников, но и людей противоположных взглядов, сочувствовать, сосредоточиваться на общем, а не на различиях.

Там, где журналистика и художественная литература эффективно осуществляют коммуникативную функцию, – там становятся невозможными гражданские войны: общие ценности, наработанные литературой и массмедиа, скрепляют различные сегменты общества, не дают противоречиям перейти во вражду. Воспитанные литературой и качественной журналистикой аналитизм и критическое мышление не позволяют перейти на уровень черно-белого видения мира с его непримиримым разделением на свой – чужой.

Известный российский журналист Д. Соколов-Митрич так поясняет важность выполнения журналистами коммуникативной функции: «Любое государство начинается с прекращенной гражданской войны. И нормальная, обыкновенная журналистика с маленькой буквы «ж» – это такие бесконечно затянувшиеся мирные переговоры. Люди не смогли решить свои задачи силой оружия, поэтому теперь они вынуждены друг про друга что-то понять. И журналисты – это те зануды, которые десятилетиями эти мирные переговоры ведут. Пока сограждане переговариваются друг с другом, пока они повязаны взаимной коммуникацией – они живут в мире. Как только журналисты слагают с себя полномочия и капитулируют в агитаторы, война – вопрос времени. Именно так, а никак не иначе выглядит наше журналистское

предательство – профессиональное и гражданское» [19].

Одна из главных функций массмедиа – информационная. Но и она с успехом выполняется художественной литературой. Через вымышленных персонажей (с которыми мы обычно себя отождествляем) и вымышленные обстоятельства из произведений литературы мы тем не менее узнаем о реальных закономерности жизни и мироустройства, приобретаем жизненный опыт – и усваиваем социальный опыт, «отрабатываем» в своем воображении новые модели поведения.

Журналистика имеет дело не с вымышленными, а с реальными людьми и обстоятельствами. Но закономерности привлечения к ним интереса аудитории те же, как и в случае с художественной литературой: люди наблюдают за незнакомцами для того, чтобы узнать что-то новое о себе; и события на другом конце света для них становятся актуальными из-за возможности оказать влияние на их жизнь (журналисты знают эту закономерность как «правило приближения интересов» – по хронологическому, географическому, профессиональному, аффективному признакам и т. п.).

Как и другие подсистемы социальных коммуникаций, художественная литература не только отражает окружающий мир, но и активно его меняет, влияя на массовое сознание. Мощное, непосредственное влияние, оказываемое художественной литературой на умы читателей и через них на реальность, можно сравнить разве что с эффектом лучших образцов публицистики или так называемым «эффектом CNN», когда коммуникативный канал диктует условия людям, принимающим решения.

Сегодня на Западе в новейших социально-коммуникационных исследованиях создана целая теория nudging'a (подталкивание), т. е. мягкого подталкивания массового сознания к нужному выбору, а значит, изменения реальности через информационные операции. Авторами этой теории выступили американские исследователи Талер и Санстейн [25]. Если старые советские и китайские теории «промывки мозгов» меняли поведение путем давления коллектива на индивида, то теперь, по мнению украинского исследователя Георгия Почепцова, поведенческие изменения не имеют признаков агрессии, они проходят не только незаметно, но даже приятно для объекта воздействия [12]. Модель Талера и Санстейна строится на переводе принятия решения с рефлекторной формы, когда человек думает и взвешивает, на автоматическую, когда решение приходит вне его сознания.

Активная работа с массовым сознанием с целью конструирования реальности сегодня целенаправленно ведется через массовую коммуникацию: помимо различных форм открытой и скрытой

пропаганды также очень активно используется визуальная коммуникация (демотиваторы, фотожабы и др.) и мемы. Влияние на массовое сознание совершается и посредством искусства: фильмов (меньше) и сериалов (очень активно). Как раньше, так и сейчас трансформация сознания происходит и благодаря художественной литературе: достаточно вспомнить, что Татьяну Ларину к «революционному» для русской провинциальной барышни позапрошлого века решению написать о своих чувствах к мужчине в письме подтолкнули романы Ричардсона и Руссо, героини которых (Памела и Кларисса Ричардсона и Юлия Руссо) активно выражают свои чувства именно в эпистолярном жанре. Можно привести целый ряд примеров, когда произведения литературы не следовали за реальностью, а сами создавали новую реальность. Это и «Хижина дяди Тома» Гарриет Бичер-Стоу, «маленькой женщины, которая развязала эту большую войну» (Авраам Линкольн), и неоднозначные примеры, найденные Оскаром Уайльдом: о пессимизме, который был «придуман» Гамлетом, о русских нигилистах, которых «создал» Тургенев, и Робеспьер, который «прямо сошел со страниц Руссо». Эту функцию литературы можно назвать функцией конструирования новой социальной реальности.

Общественно важные воспитательная, культурно-просветительская и рекреативная функции присущи и художественной литературе, и журналистике как подсистемам социальной коммуникации. И на этом поле и литература, и массмедиа сегодня страдают от общих недостатков духовного производства: зависимости от массовой культуры, ориентации на рядового (и даже очень усредненного) читателя/зрителя, гедонистической направленности контента, который демобилизует сопротивление аудитории, подчиняет ее кратковременным интересам потребления.

Существование системы социальных коммуникаций в эпоху Web 2.0 ставит аналогичные проблемы и перед массмедиа, и перед художественной литературой. Термин Web 2.0 был предложен американским издателем О'Рейли и зафиксировал далеко идущие изменения Интернета: Web 2.0 – это методика проектирования систем, которые путем учета сетевых взаимодействий становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются [24]. Есть много других названий нового Интернета, которые отражают оптимизм исследователей применительно к новой эпохе: живой Интернет, Гипернет, Веб «делай вместе», Веб «пиши и читай».

Такие особенности Web 2.0, как «коллективный разум», открытость, высокий уровень доверия, давно взяли на вооружение массмедиа. Исследователи обращают внимание на получившую распространение в последние годы практику

обращения к онлайн-медиа через соцсети. Так, в условиях нехватки времени пользователи решают одновременно три задачи: узнают самые важные новости, знакомятся с повесткой дня своих друзей и получают тему для обсуждения в своем социальном кругу. Постинг информации в соцсетях способен многократно увеличить трафик на сайтах массмедиа.

SMM-технологии сегодня начали использовать и писатели, продвигающие свои книги в соцсетях. Так, популярный российский автор Дмитрий Глуховский, автор бестселлера «Метро 2033», организовал экспериментальную презентацию своего нового романа «Метро 2035» в социальной сети «ВКонтакте» с возможностью бесплатного скачивания отдельных глав в удобном для чтения на ридерах формате pdf. На 01.11.2015 количество подписчиков его страницы «Метро 2035» достигло 137 069 человек [9].

Тем не менее новая экранная коммуникация, безгранично расширившая возможности писателей и медийщиков, все более раскрывает и свои недостатки. Тот же Дмитрий Глуховский, например, с горечью констатирует: «Телефоны определили и создали новый этикет общения. В них – социальные сети, удовлетворяющие наши потребности механистичней, но быстрее и эффективней: улыбка ускользает, а лайк – фиксируется. В них – новости, изматывающий и навязчивый наркотик. В них – голоса любимых, и нам иной раз вполне хватает голоса. Кто сказал, что киборги – фантастика? Мы все уже киборги. Мы без телефонов – неполноценные. Мы не можем без них осуществлять нормальную жизнедеятельность. Было бы легко сказать, что телефон – это электрический протез мозга. Но если бы это была функционально полезная вещь, но эмоционально не важная, не стали бы мы таскать его всюду с собой, брать в ванную и в постель, украшать чехлами с котиком и готикой и относиться к ним как к тамагочи. Нет, телефон – это протез сердца» [2].

Российский нейролингвист и экспериментальный психолог Татьяна Черниговская утверждает, что у людей, предпочитающих социальному общению экранную коммуникацию, отсутствует способность строить модель психики другого человека (theory of mind), способность посмотреть на ситуацию с точки зрения другого человека, являющуюся основой коммуникации, основой эмпатии и основой обучения [20].

Украинские профессора Т. Иванова и Г. Почепцов обращают внимание на несовершенство новой гаджет-коммуникации с точки зрения психологии и физиологии человека. Татьяна Иванова указывает, что традиционно в процессе коммуникации face-to-face восприятие информации происходит при привлечении пяти базовых ощущений,

таких как зрение, слух, осязание, обоняние и даже вкус: чем полнее задействованы эти пять чувств, тем более емко и содержательно воспринимается информация. Коммуникация же в формате screen-to-screen, или экранная коммуникация, базируется в основном на зрительном мировосприятии. Как следствие, происходит физиологический переход человека на «поверхностный регистр мышления зрением», человек экранного мышления более поверхностно воспринимает информацию, не погружаясь в ее содержание, он с готовностью дает ей оценку: причем быстро, категорично и порой нетолерантно [4].

Состояние человека, который привык к экранной коммуникации, при возвращении к старой доброй книге удачно передает Николас Карр в книге с символическим названием «Пустышка»: «Раньше мне не составляло труда погрузиться в книгу или в длинную статью. Мой мозг увлекался поворотами сюжета или интересными аргументами, и я мог проводить часы за чтением сотен страниц текста. Теперь это случается крайне редко. В условиях сегодняшнего дня мое мышление начинает блуждать после одной-двух страниц. Я чувствую, что постоянно заставляю свой капризный мозг возвращаться к тексту. Увлеченное чтение, прежде бывшее естественным навыком, превратилось для меня в борьбу» [8, с. 13].

К тем же выводам приходит исследователь Г. Почепцов: «Интернет создал сверхбыстротекущие потоки информации. Человек же как биологическое существо не меняет своих параметров входа/выхода информации. Когда потоки резко ускорились, объемным текстам пришлось уступить место текстам коротким. И это повлияло не только на объемы, но и на содержание. Мы стали людьми как коротких текстов, так и простых содержаний» [14].

Таким образом, текст на бумажном носителе не может быть полностью заменен экранным текстом, а низкие отечественные тиражи бумажных книг и газет и толстых журналов не могут быть проигнорированы из-за того, что аудитория знакомится с ними в электронном варианте: как уже было отмечено, чтение с экрана, к сожалению, не является аналогом чтения с бумажного носителя. И высокие тиражи западных издателей книг и газет лишь подчеркивают этот факт. Тот же Николас Карр в одной из последних статей отмечает, что «печатные книги все еще составляют три четверти всех книжных покупок в США, а если принять во внимание продажи букинистических книг, которые выросли, то цифра станет еще выше. Последние исследования показали, что даже наибольшие любители электронной книги продолжают покупать много печатной продукции» [23]. К тем же выводам пришел и Дмитрий Глуховский, отметивший, что количество подписчиков страницы

его романа «ВКонтакте» было заметно большим, чем количество скачиваний: вероятно, люди подписались на страницу, чтобы не пропустить выхода книги в издательстве [3].

Распространение Интернета и электронных книг предоставило всем пользователям неограниченный доступ к архивам научной и художественной литературы, возможность знакомиться с ними в режиме гипертекста и интерактивных возможностей, составляя из имеющихся текстов свой собственный. Это особенно важно в условиях ежегодного сокращения количества отечественных библиотек и книжных магазинов: за три года в стране упразднено почти 2000 муниципальных библиотек [15], для многих населенных пунктов, куда не доходит бумажная книга, Интернет является единственной возможностью приобщения к знаниям.

Американская исследовательница Наоми Бэрон, ссылаясь на данные исследовательского центра Pew по читателям от 16 до 29 лет, отмечает, что среди тех, кто читает длинные тексты, 40 % сказали, что стали читать больше, получив доступ к материалам на экране. Кроме того, отвечая на ее вопросы, студенты США, Германии, Японии и Словакии постоянно упоминали о таких удобствах пользования гаджет-текстами, как легкость при транспортировке, компактность [22]. Г. Почепцов приводит и такие плюсы выпуска экранных текстов, как демократизация обучения, его дешевизна, экологический аспект – защита лесов [14].

В то же время свободный доступ к гигантским потокам информации при отсутствии надежного навигатора стал мощным вызовом времени. Описанные еще Е. Тоффлером процессы демассификации информационных потоков в современных реалиях непосредственно проявляют себя в социальных коммуникациях как их множественность: медиапотребители сами выбирают в

сети информационно-коммуникационные потоки и вступают в активные диалоги и полилоги с другими реципиентами (вместо one to many – one to one, many to many и many to one). Таким образом, современный медиапотребитель получает уже не массовую, а индивидуализированную информацию и имеет несравненно большую возможность выбора контента и саморазвития, чем его предшественники.

Но этот положительный процесс имеет и существенную отрицательную сторону: неструктурированные, хаотические потоки информации дают меньше возможностей для ее проверки, открывают широкий простор для манипуляций, нарушений этических и правовых норм.

Влияние демассификации на общество в целом также остается неоднозначным. С одной стороны, наличие принципиально разных источников и каналов как инструмент гражданского общества блокирует саму возможность тоталитаризма с присущими ему табу на несогласованную и неконтролируемую информацию. С другой стороны, сейчас мы наблюдаем существенное социальное расслоение по информационному принципу и иногда уже ностальгируем по тем временам, когда выход новой книги или резонансного произведения в толстом журнале объединял общество вокруг этого культурного события, заставлял его почувствовать себя единым интеллектуальным целым.

Общественная важность функций, которые выполняет художественная литература, их общность с функциями массмедиа доказывает целесообразность рассмотрения феномена художественной литературы в аспекте социальных коммуникаций. Как и массмедиа, художественная литература реагирует на изменения, происходящие в обществе, и на вызовы эпохи Web 2.0 отвечает новыми формами и новыми возможностями. Это открывает широкое поле для новых исследований.

Библиография использованных источников:

1. Біличенко О.Л. Художня література в інформаційно-комунікаційному просторі сучасності : монографія. Слов'янськ, 2012.
2. Глуховский Д. Киборги [Электронный ресурс] // Сноб. URL: <http://snob.ru/selected/entry/91030/> (дата обращения: 26.12.2015).
3. Дискуссия «Литература в цифровой среде – смерть или перерождение?» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.m24.ru/videos/80035> (дата обращения: 26.12.2015).
4. Иванова Т.В. Screen-to-Screen или face-to-face? [Электронный ресурс] // Mediasapiens. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/screentoscreen_ili_facetoface/ (дата обращения: 26.12.2015).
5. Ильганаева В.А. Влияние информатизации на культурогенез современного общества // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2004. № 1. С. 58–62.
6. Ильганаева В.А. Гармонизация культурной среды в условиях информационного общества. Харьков, 1999.
7. Иванова О.А. Сад літератури в журнальній оптиці сучасності: Медіакомунікації з, для і про літературу. Одесса, 2009.
8. Карр Н. Пустышка. Что Интернет делает с нашими мозгами. СПб., 2012.
9. Метро 2035. URL: <http://vk.com/metro2035> (дата обращения: 26.12.2015).

10. Почепцов Г.Г. История русской семиотики до и после 1917 года : учебно-справочное издание. М., 1998.
11. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. М., 2001.
12. Почепцов Г.Г. От информационных войн к операциям влияния и бихейвиористским войнам: новые тренды войны [Электронный ресурс] // Пси-фактор. URL: <http://psyfactor.org/psyops/behaviorwar2.htm> (дата обращения: 26.12.2015).
13. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., Киев, 2003. 651 с.
14. Почепцов Г.Г. Трансформации человечества под влиянием интернета [Электронный ресурс] // Mediasapiens. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/transformatzii_chelovechestva_pod_vliyaniem_interneta/ (дата обращения: 26.12.2015).
15. Резолюция Ежегодного совещания руководителей федеральных и центральных региональных библиотек России (Санкт-Петербург, 20–21 октября 2015 г.) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nlr.ru/tus/20151020/rezolution.pdf> (дата обращения: 26.12.2015).
16. Різун В.В. До постановки наукової проблеми про особливий статус медіакомунікацій (масового спілкування) в системі соціальних комунікацій [Электронный ресурс] // Наукова сторінка професора Володимира Різуна. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/Do_postanovky_problemy.pdf (дата обращения: 26.12.2015).
17. Різун В.В. До питання про соціальнокомунікаційні наукові проблеми і про наукові проблеми взагалі // Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції. Киев, 2013.
18. Різун В.В. Теорія масової комунікації. Киев, 2008.
19. Соколов-Митрич Д. Глаголом разожги [Электронный ресурс] // Взгляд. 2014. 21 февраля. URL: <http://vz.ru/columns/2014/2/21/673791.html> (дата обращения: 26.12.2015).
20. Черниговская Т. Как интернет изменил наш мозг [Электронный ресурс]. URL: <http://www.liveinternet.ru/users/4799450/post375083239/> (дата обращения: 26.12.2015).
21. Шестакова Э.Г. Теоретические аспекты соотношения текстов художественной литературы и массовой коммуникации: специфика эстетической реальности словесности нового времени. Донецк, 2005.
22. Baron N.S. Words onscreen. The fate of reading in a digital world. Oxford etc., 2015.
23. Carr Nicholas. Paper Versus Pixel: The science of reading shows that print and digital experiences are complementary [Электронный ресурс] // Nautilus. № 4. URL: <http://nautilus.us/issue/4/the-unlikely/paper-versus-pixel> (дата обращения: 26.12.2015).
24. O'Reilly T. What Is Web 2.0 [Электронный ресурс] // O'Reilly Media: [сайт]. URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 26.12.2015).
25. Thaler R., Sunstein C. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. New York, 2009.

References:

1. Bilichenko O.L. Fiction in information and communication space of modernity. Slavyansk, 2012.
2. Glukhovskiy D. Cyborgs [Electronic resource]. URL: Snob: <http://snob.ru/selected/entry/91030/> (date of access: 26.12.2015).
3. Discussion «Literature in digital environment – death or rebirth?» [Electronic resource]. URL: <http://www.m24.ru/videos/80035> (date of access: 26.12.2015).
4. Ivanova T.V. Screen-to-Screen or face-to-face? [Electronic resource] // Mediasapiens. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/screentoscreen_ili_facetoface/ (date of access: 26.12.2015).
5. Ilganaeva V.A. The impact of information on the cultural genesis of modern society // Bibliotekoiznavstvo. Dokumentoiznavstvo. Informologiya. 2004. No. 1. P. 58–62.
6. Ilganaeva V.A. Harmonization of cultural environment in the information society. Kharkov, 1999.
7. Ivanova O. A. The garden of literature in contemporary magazine's optics: Mediacommunication with, for and about literature. Odessa, 2009.
8. Karr N. The Shallows: What the Internet is doing to our brains. Spb., 2012.
9. Metro 2035 [Electronic resource]. URL: <http://vk.com/metro2035> (date of access: 26.12.2015).
10. Pocheptsov G.G. The history of Russian semiotics before and after 1917: educational edition. M., 1998.
11. Pocheptsov G.G. Communication technologies of the twentieth century. M., 2001.
12. Pocheptsov G.G. From information wars to influence operations and behaviorist wars: new trends of the war [Electronic resource] // Psi-factor. URL: <http://psyfactor.org/psyops/behaviorwar2.htm> (date of access: 26.12.2015).

13. Pocheptsov G.G. The Theory of communication. M. ; Kiev, 2003. 651 p.
14. Pocheptsov G.G. Transformations of mankind under the influence of the Internet [Electronic resource] // Mediasapiens: URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/transformatsii_chelovechestva_pod_vliyaniem_interneta/ (date of access: 26.12.2015).
15. Resolution of the Annual meeting of the heads of federal and central regional libraries of Russia (Saint-Petersburg, 20–21 October 2015) [Electronic resource]. URL: <http://www.nlr.ru/tus/20151020/rezolution.pdf>. (date of access: 26.12.2015).
16. Rizun V.V. By setting a scientific problem on the special status of media communication (mass communication) in the system of social communications [Electronic resource] // Scientific page of Professor Vladimir Rizun. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Do_postanovky_problemy.pdf (date of access: 26.12.2015).
17. Rizun V.V. On the social communication of scientific issues and scientific problems in general // Recent research of Ukrainian scientific schools in the field of social communications: materials all-Ukrainian scientific conference. Kiev, 2013.
18. Rizun V.V. Theory of mass communication. Kiev, 2008.
19. Sokolov-Mitrich D. Kindle with a verb [Electronic resource] // Vzglyad. 2014. 21 February. URL: <http://vz.ru/columns/2014/2/21/673791.html> (date of access: 26.12.2015).
20. Chernigovskaya T. How the Internet has changed our brains [Electronic resource]. URL: <http://www.liveinternet.ru/users/4799450/post375083239/> (date of access: 26.12.2015).
21. Shestakova E. G. Theoretical aspects of interrelation of fiction texts and mass communication: specificity of aesthetic reality of new time literature. Donetsk, 2005.
22. Baron N. S. Words onscreen. The fate of reading in a digital world. Oxford etc., 2015.
23. Carr Nicholas. Paper Versus Pixel: The science of reading shows that print and digital experiences are complementary [Electronic resource] // Nautilus. No. 4. URL: <http://nautil.us/issue/4/the-unlikely/paper-versus-pixel> (date of access: 26.12.2015).
24. O'Reilly T. What Is Web 2.0 [Electronic resource] // O'Reilly Media. URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (date of access: 26.12.2015).
25. Thaler R., Sunstein C. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. New York, 2009.

Типология журналистики

УДК 070

Бебиа Екатерина Георгиевна

доктор филологических наук,

профессор кафедры журналистики Абхазского государственного университета,

редактор Абхазгостелерадиокомпании

СПЕЦИФИКА РАБОТЫ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТА НАД СОЗДАНИЕМ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ФИЛЬМА

Аннотация: В статье автор, журналист с 30-летним стажем, снявший около 400 документальных фильмов, показывает на примере собственного творчества работу над документальным телефильмом, в котором сценарист, редактор, режиссер, ведущий, оператор, монтажер, музыкальный редактор выступают в одном лице. Представлены все этапы подготовки и воплощения авторского замысла.

Ключевые слова: теледокументалистика, документальный фильм, авторский замысел, сценарий, сценарист, режиссер, закадровый текст, ведущий, герой.

Bebia Ekaterina Georgievna

Doctor of Philology

Professor of Department of Journalism Abkhazian State University

Editor Abkhazian State Television and Radio Broadcasting Company

SPECIFIC CHARACTER OF TV JOURNALIST'S WORK AT THE CREATION OF DOCUMENTAL FILM

Abstract: The author of the article is a journalist with 30 years of work experience, who shot about 400 documental films. In this paper she illustrates with the example of her own creative activity how to work at a documentary in which one person fulfils the role of a script writer, an editor, a director, a narrator, a camera operator, a film editor, a musical editor. All stages of preparation and realization of the author's idea are presented.

Keywords: documentary film directing, documental film, author's idea, script, script writer, director, narrations, narrator, hero.

Документальный фильм в современном мире – неотъемлемая часть современного вещания, телевизионной периодики. Документалист должен подходить к своему делу основательно, исследовать поднятую тему досконально. Он должен быть энергичным, деятельным, трудолюбивым и остро чувствовать ответственность перед обществом. А самое главное – все, что создает документалист, должно быть наполнено огромной душевной энергией, любовью к человеку.

Будущий телефильм вначале рождается в сознании автора – как замысел, а затем на бумаге – как предтекст. Таких первообразов будущего телефильма может быть несколько, и все вместе они образуют единый сценарный комплекс: заявка, план, сюжетная схема, литературный сценарий, монтажный сценарий.

Журналист, сценарист определяет суть будущего фильма. Авторский замысел, т. е. идея, не рождается готовым, а формируется в процессе работы. Документальный материал содержит в себе идеи, не зависящие от автора.

В моем понимании, документальный фильм

выстроен средствами экранной драматургии и повествования, приемами монтажа, с использованием разных спецэффектов, закончен, как возведенное полностью здание. Но для того, чтобы построить дом, сначала необходимо знать: какая высота, сколько этажей, какие балконы, окна и др. И поэтому до начала стройки необходимо подготовить план. По этой аналогии до съемок нужно написать сценарий будущего документального фильма. Но, забегаая вперед, я должна сказать, что не бывает такого сценария, который бы не менялся во время съемки, во время монтажа, т. е. изменения, дополнения происходят по ходу работы. Но общий стержень – сценарий в большинстве случаев все же сохраняется.

Автор сценария должен продумать глубинный смысл будущего фильма не спеша, но при этом не откладывая в долгий ящик. Автор фильма должен уметь найти информацию, отобрать нужное, квалифицированно обработать и опубликовать в присущей телеэкрану форме. Но самое главное – успех фильма зависит от того, насколько автор сможет досконально узнать о человеке, о герое,

проникнуть в тайники его души и сокровенные мысли.

У каждого опытного журналиста есть свой журналистский взгляд на создание документального фильма и сценария к нему. Но, однако, существуют общие правила для сценарного ремесла. Для этого нужно учиться на достойных образцах современного документального вещания, при этом не забывая о классике. Таких фильмов много.

Все начинается с выбора темы. Тема должна быть злободневной, актуальной, интересной. В моей практике в основном я сама нахожу темы для документальных фильмов. Бывает, что темы предлагают со стороны, но немало и предложенных тематическим отделом Абхазгостелерадиокомпании (АГТРК). К сожалению, на телевидении, где я работаю, пока еще нет отдела документальных и художественных фильмов. Вопрос о создании подобного отдела еще никто не поднимал, но я собираюсь поставить этот вопрос перед руководством АГТРК в ближайшем будущем.

Знаменитым людям нашего времени или историческим персонажам посвящены в основном все мои документальные фильмы. Я рассказываю о героях, патриотах, единомышленниках, беззаветно преданных делу своего народа и своей Родины – Аpsны, которые все силы и энергию отдавали и отдают Абхазии. Моя журналистская практика дает мне право сказать, что не так легко среди многолюдья найти «своего» героя.

Писать о людях, понять их мир – это очень ответственно. Если эти люди живые, то необходимо войти к ним в доверие, чтобы они раскрылись перед журналистом. А если их уже нет – надо завоевать большой авторитет у родных, близких, коллег, которые должны рассказать нам об их жизненном пути. Журналист, пишущий о знаменитых людях, должен быть искренним, авторитетным в обществе, порядочным и любящим людей.

Мне ближе всего судьбы избранных людей Абхазии на современном этапе. В итоге за тридцать лет моей телевизионной журналистики созданы около четырехсот телефильмов, рассказывающих о знаменитых людях Абхазии. Я стараюсь показать интересного мне человека, обладателя уникальных знаний или умений, просто колоритную фигуру. Из созданных мною фильмов хочу выделить телефильмы, посвященные первому и второму президентам Абхазии.

Основой моего телевизионного фильма о Владиславе Григорьевиче Ардзинбе послужили съемки, осуществленные в горах Ауадхара. Это было в 1995 году. Владислав Ардзинба впервые после войны взял отпуск. Он с женой и дочерью отдыхал в горах Ауадхара. А я, как любитель гор, с видеокамерой тоже находилась на съемках в горах. Это было очень трудно, но сумела взять

разрешение у Владислава Ардзинбы, чтобы вместе с его семьей отправиться в поход с видеокамерой. Я смогла снять уникальные кадры: Владислав Григорьевич – на коне, при подъеме в гору, на рыбалке, во время отдыха с семьей. Эти кадры, снятые мной в сказочном, красивом месте, стали уникальными для раскрытия образа Владислава Ардзинбы как человека в быту. Фильм был создан уже после его смерти, и общественность Абхазии с восхищением восприняла эти кадры в горах.

Основой фильма о втором президенте Республики Абхазия Сергее Васильевиче Багапше стали мои съемки еще до его избрания президентом. Мы приехали с видеокамерой к семье Багапш в село Джгерда, чтобы взять интервью у отца Сергея, тогда 85-летнего Василия Саидовича. В это время и Сергей Васильевич оказался в своем отцовском доме, где занимался заготовкой дров на зиму. И тогда, в 2000 г., Сергей Васильевич был очень уважаемым человеком в Абхазии. Я не могла упустить этот момент. Нами были сняты видеокдры, когда Сергей Васильевич увлеченно занимался хозяйством. Я взяла у него интервью. Но подготовить о нем телеочерк для Абхазского телевидения мне не удалось. Сергей Васильевич тогда был неугоден властям. Затем он был избран президентом. К сожалению, документальный фильм с использованием этих архивных кадров мне удалось подготовить лишь после его скоропостижной смерти.

Если быть наблюдательным и каждый день ищущим, то сама жизнь помогает журналисту в выборе темы. Я часто вспоминаю слова Ф.М. Достоевского: «Берите то, что дает сама жизнь!» Тема может открыться в мимолетном разговоре, в незапланированной встрече. Исходной точкой многих моих документальных фильмов являются такие счастливые случайности. Во многих таких случаях в качестве движущей силы выступает внутренняя творческая мотивация.

Во время подготовки документального фильма «Путь к истине», посвященного ученому, Герою Абхазии, его уникальный монолог, записанный на видео перед его гибелью (1992), привел нас к теме, конкретизировал ее. Содержание интервью был таким: «Так или иначе, мы – люди, более близкие русской культуре, но абхазского духа, кавказской психологии... Я больше чем уверен, что чем больше на нас будут давить, тем больше абхазский дух будет возрождаться, тем больше будут просыпаться гены, тем больше мы будем познавать друг друга и помогать... Я нисколько не сомневаюсь, что мы победим!..»

Этот монолог определил структуру и композицию фильма. Через весь фильм красной нитью проходила мысль о том, что храбрость, отвага и мужество в сочетании со своеобразным менталитетом, истоки которого кроются в глубинах нацио-

нального сознания, позволили многим героическим личностям Кавказа не только отстоять интересы своего народа в тяжелую для него минуту, но и открыли миру новую живую героиню. Примером всего этого был и наш герой фильма – Мушни Хварцкия, который вошел в историю как носитель великого духа народа.

Касаясь психологии героя, мы стремились показать специфические, неповторимые признаки героизма, рожденного в абхазском обществе. Достойное должно быть увековечено – эта мысль проходит в этом и во многих других фильмах, созданных нами.

Другой мой документальный фильм – о режиссере театра Нелли Эшба, которая долгое время живет и работает в Москве. Она и в солидном возрасте не мыслила жизнь без театра. Откровенный рассказ Нелли Эшба не только раскрыл образ современного режиссера, но и показал саму театральную жизнь. А творческая жизнь Нелли Эшба была очень сложной, порой невыносимой. И поэтому уже в конце моего фильма закадровый текст был таким: «Уже темно. Москва была дождливая. Проезжая мимо ярко освещенных высотных зданий, я думала: почему же человечество так несовершенно? Как мало времени мы живем, и, пока мы живы, неужели нельзя беречь друг друга, беречь подлинные таланты?..»

Таким образом, на примере режиссера Нелли Эшба наш фильм неожиданно перешел к теме о сложных взаимоотношениях, сотрудничестве творческих людей. Красной нитью в этом сюжете проходила мысль о том, что нужно беречь свои таланты, необходимо трепетно, бережно относиться к ним. При этом в фильме подчеркивалось, что талантливым людям необходимо быть стойкими, сильными духом.

Так, во многих моих фильмах в процессе работы первоначальный сценарный план менялся, переходил совершенно в другое русло, и фильм раскрывал другую тему.

В первоначальной сценарной заявке, которая предлагается руководителю телекомпании, должны быть изложены суть замысла автора, достоинства предлагаемой темы. В заявке я делаю своего рода набросок, эскиз того, каким мне представляется данный человек или группа людей – чтобы в дальнейшей работе раскрыть их как можно глубже. В моей практике бывало, что мою заявку отвергали, и в основном тогда, когда она была интересной. За этим следовала творческая борьба. А в борьбе журналист становится сильнее. И поэтому я часто повторяю жизненный девиз – сталь закаляется в огне, а человек – в борьбе...

Я пишу сценарий фильма, сразу же начинаю снимать, после съемки, не теряя ни минуты, сажусь за монтажный стол, не делая никакого перерыва,

работаю на износ. Это стиль моей работы. Я спешу закончить начатый фильм не по причине нехватки времени, а потому, что не могу долго гореть одной темой. Журналист должен работать над фильмом, пока он горит, как факел, когда каждый миг своего фильма чувствует душой, пока все это его трогает, пока он влюблен в своего героя, пока все это ему очень интересно. Но если журналист долго готовится к работе, то творческий интерес его может перегореть, и фильм получится неинтересным. Как известно, в любое творческое произведение должна быть вложена частица души его создателя. Работа над моими фильмами в первую очередь обогащает мой духовный мир, вызывает больший интерес к моей профессии, любовь к людям, к жизни.

После создания удачного документального фильма у меня появляется желание создать другой фильм с более интересной судьбой человека. Ищу героев фильма в нашей жизни, ищу долго. После этого начинаю сбор информации по теме, изучаю жизнь героя, интересуюсь мнением о нем окружающих, друзей, недругов, нахожу интересные моменты в его биографии. Затем приступаю к сбору документальных материалов. К ним относятся аудиовизуальные артефакты: фотографии, кинохроника, музейные экспонаты, картины и книжные иллюстрации, письма и официальные бумаги, музыка, шумы... В своих фильмах я больше предпочитаю использовать кинохронику. Чем больше видеоархивов, тем богаче становится документальный фильм и образ героя раскрывается всесторонне.

Есть у меня документальные фильмы, над которыми я работала более десяти лет. Это – «Светлый путь к звездам», посвященный академику Тарасу Мироновичу Шамбе.

Как известно, самое сложное для документалиста – это раскрыть духовный мир своего героя. Для этого мне пришлось не раз встретиться со своим героем, присутствовать во время работы и отдыха, в семье, среди коллег, друзей, родственников... Одним словом, необходимо было жить его жизнью и определенное время самой находиться в его образе.

Тарас Шамба живет и работает в Москве. Чтобы поэтапно собрать материал о его жизни, я в течение десяти лет шесть раз съездила в Москву и сумела снять Тараса Шамбу в разных плоскостях: преподаватель вуза, руководитель Международного абхазо-абазинского конгресса, ведущий юрист, ученый, ведущий различных презентаций абхазских и абазинских авторов в Москве и т. д. Чтобы иметь богатый видеоархив, я с видеокамерой сопровождала делегацию в Тунис, где руководителем поездки был Тарас Шамба. Несколько раз присутствовала на научных конференциях, проводимых в Москве, Питере, Нальчике, Черкесске, Адыгее,

Сочи, Сухуме, где принимал участие Тарас Шамба. Непосредственно снимала кадры для будущего фильма, посвященного ему, и собирала всю эту хронику в специально созданный архив. Спустя десять лет, когда для документального фильма был собран достаточный материал, я поставила в известность самого героя, что я намерена посвятить ему документальный фильм. Получив согласие от академика Шамбы, мы назначили основные и дополнительные съемки.

Вот тогда я начинаю просмотр архивных видеозаписей. Выбираю самые важные, значащие синхроны, отмечаю лучшие кадры, расписываю весь необходимый материал и т. д. Затем я приступаю к написанию сценария документального фильма, исходя из имеющегося архива и будущих основных съемок.

Успех фильма зависит от качественного сценария, который должен быть написанным не только грамотно, по законам избранного жанра, но и увлекательно.

Незадолго до основных съемок я обсуждаю с героем фильма объекты проводимых съемок и тематику синхронов. Во время создания фильма о Тарасе Шамбе объектами съемок были выбраны исторические места Абхазии: Лыхнашта, Мыкуашта, Бидийский храм, к которым наш герой как исследователь имел непосредственное отношение, а также город Сухум и села Абгархыку, Агубедия, где прошли детство и юношеские годы моего героя.

В этом фильме использованы все разнообразные возможности жанра: очерк-портрет, очерк-биография, очерк-диалог, очерк-исповедь. Благодаря этому я смело могу сказать, что характер героя раскрыт.

После основных съемок начинается второй этап подготовки материала к монтажу: выбор основных синхронов, стендапов, кадров, «обвязка» ведущего, переходы от снятого материала к архивным и т. д. Теперь уже, когда известен хронометраж архивного и отснятого материала, следует обозначить хронометраж будущего документального фильма. Но в моей практике обычно хронометраж документального фильма обозначается после выбора темы. Его нужно согласовать с редакцией и с заказчиком фильма.

В основном хронометраж моих документальных фильмов достигает от 30 до 50 минут. Есть немало часовых документальных фильмов. Документальные фильмы, продолжающиеся больше часа, воспринимаются плохо, зритель устанет от них. Поэтому лучше создавать фильм емко, без лишних синхронов, кадров, стендапов...

В подготовке документального фильма большое значение имеют квалифицированные источники информации. Я как автор фильма должна знать, кто из специалистов работает в интересующем

меня направлении, чьи работы необходимо включить, кого можно пригласить в качестве очевидцев или экспертов.

В своих документальных фильмах я предпочитаю снимать действия героя, его высказывания. Если героя уже нет в живых, то нахожу людей, которые знали его хорошо.

Приведу эпизод из собственной практики. Это было в 2004 г. В курортном городе Пицунда проводилась международная научная конференция. В числе приглашенных был почетный консул Абхазии в Великобритании Джордж Хьюитт. Он является кавказоведом, членом Британской академии наук, доктором философских наук, профессором Лондонского университета. Я была намерена подготовить интервью с Джорджем Хьюиттом в перерыве между заседаниями конференции. На большее я не рассчитывала, так как дни были очень перегруженные. А после конференции Джордж должен был отбыть на Родину. Интервью с Джорджем получилось обычным, не отличающимся оригинальностью. После того как я взяла интервью, он с сожалением сказал, что на сей раз не мог увидеть красоту Абхазии из-за нехватки времени, что он целый год будет скучать по Абхазии. В этот момент я вспомнила, что в Пицунде работает мой знакомый дельтапланерист, который предлагал мне полетать над Абхазией и увидеть наш край с высоты. Я предложила Джорджу эту идею. Он сразу согласился. Я с видеокамерой полетала вместе с Джорджем на дельтаплане и сумела снять уникальные кадры. При виде красоты Абхазии Джордж эмоционально и восхищенно рассказывал о своей любви к ней, о его связи с этой страной, об истории нашего края и т. д. Эти съемки впоследствии стали основой моего документального фильма о нем. Вот так неожиданно интервью переросло в документальный фильм и был создан портрет большого патриота Абхазии и крупного ученого-кавказоведа.

Телевизионная документалистика – это, как правило, большой хронометраж и сложное, дорогое производство, в котором занято множество людей, рассчитывающих в своей работе на автора.

Для создания документального фильма, помимо документальных материалов, большое значение имеет речь героя: интервью, фрагменты монологов, реплики... Их на современном телевидении называют синхронами. Автору фильма необходимо отчетливо понимать, что такое профессиональное общение с героем, какие задачи стоят перед ним как интервьюером. Чтобы получить насыщенное, глубокое, интересное интервью с героем фильма, необходимо хорошо потрудиться еще на этапе поиска и обработки информации. До съемки необходимо пообщаться с героем в неформальной обстановке.

В своей практике при подготовке документальных фильмов я неоднократно встречаюсь с моими героями. Так, например, во время создания документального фильма «Возвращение к истокам», посвященного народному артисту Абхазии, композитору Раждену Гумбе, мне пришлось встретиться с ним более двадцати раз. При каждой встрече наши беседы заканчивались исполнением его же песен. А песни он пел с удовольствием, вспоминая историю создания каждой, а я с наслаждением слушала его песни и рассказы о них. Ведь если создаешь фильм о композиторе, то необходимо знать его внутренний мир, как рождаются песни, его любовь к искусству, источники песен... И мой фильм начался с такого закадрового текста:

«Кто не слышал песен Раждена Гумбы! Они настолько проникли в сердца народа, что стали неотъемлемой частью их жизни. Главным источником песен композитора является сама жизнь: дыхание народа, его мысли, его радости и горе...»

С каждой встречей с талантливым композитором все больше влюбляешься в его песни, в них начинаешь слышать сердцебиение и мудрость народа. И поэтому для сценария фильма родился такой дикторский текст: «В песнях Раждена Гумбы сливаются в единое целое музыка и слова. Его песни живут, оживляя сердца людские, смягчая жесткие души, преумножая доброту людских сердец. Его песни стали золотым памятником нашей истории, нашего будущего. Создатель таких шедевров собственноручно воздвиг себе памятник...» Известного композитора Абхазии Раждена Гумбы сегодня нет в живых. Его имя носит Государственная филармония в Сухуме.

Исследователи утверждают, что без соавторства сценариста с режиссером создание качественного документального телефильма невозможно. Однако тридцатилетний стаж телевизионной журналистики дает мне право создавать документальный фильм с совмещением нескольких творческих профессий – автор сценария, редактор, режиссер, ведущая, диктор, музыкальный редактор. И поэтому в титрах к моим документальным фильмам можно прочитать: «Абхазское телевидение представляет документальный фильм Екатерины Бебиа». В последние годы оператором моих документальных фильмов является профессиональный оператор, любящий свое дело, – Зорро Бигуаа, монтажером – Аабидж Мыкуба.

Тридцатилетний опыт работы на телевидении и преподавательской деятельности в университете, постоянное общение с разными слоями населения Абхазии, наработанные за много лет связи в научном сообществе дают интересную информацию о знаменитых людях Абхазии, у нас имеется какой-то «архив», «фонд» в голове, знаем ученых, уважаемых общественных, государствен-

ных деятелей, свидетелей значимых событий и т. д.

Как и все уважающие себя авторы, я стремлюсь сделать каждый фильм по-своему оригинальным. Поэтому во время сбора документальных материалов больше всего обращаю внимание на те, которые вообще неизвестны, не на слуху, не на виду. Например, собирая материал о жизни и деятельности перового секретаря обкома партии Абхазской АССР Бориса Адлейбы, я выяснила такой малоизвестный в нашем обществе факт: как он в свое время противостоял строительству атомной станции в Абхазии. В дикторском тексте в фильме о Борисе Адлейбе я об этом пишу так: «...В то время в Грузии, а затем и в Москве было решено возвести в Абхазии атомную электростанцию. Станция представляла потенциальную опасность для Абхазии, кроме того, по проекту она должна была занять значительную территорию. Борис Викторович сказал, что он не согласен с этим... Но, руководители Грузии не хотели даже слушать его. Но он смог остановить строительство электростанции с помощью руководства Советского Союза. Это было далеко не легким делом для того времени...»

Был и другой факт в деятельности Бориса Адлейбы. Я об этом пишу так: «В тот период геологами Грузии на территории Абхазии была найдена нефть. И было решено начать строительство буровых установок. Когда Борис не смог найти общий язык с руководителем Грузии Шеварднадзе, то он опять вышел к руководителям СССР. С Горбачевым Борис Адлейба был знаком еще в молодые годы по комсомолу. Используя свои связи, Борис Викторович смог предотвратить добычу нефти в Абхазии...» В фильм были включены несколько интервью свидетелей, работавших в то время на государственных должностях, которые подтвердили, с каким трудом Борису Адлейбе удалось остановить возведение атомной электростанции и добычу нефти в Абхазии. Также дали интервью специалисты министерства экологии, которые смогли объяснить общественности республики, какой вред экологии Абхазии могли нанести эти предприятия.

В документальном фильме автор должен показать характер героя или персонажа путем отбора уже готового документального материала. Опытный документалист должен предполагать, что скажет его герой и как он поведет себя в той или иной ситуации. Это происходит, когда журналист хорошо знает своего героя. Вот, например, в моем документальном фильме, посвященном американской исследовательнице из штата Колорадо Поле Гарб, раскрыт образ ученого-этнографа, влюбленного в Абхазию и ее жителей. Для раскрытия ее образа мне помогли ее же книги, в которых непринужденно и доброжелательно ведется рассказ не

только о прославленных долгожителях, но и обо всем абхазском народе – его трудном прошлом, настоящем и будущем.

Как правило, в документальных фильмах за кадром может звучать и «чужой текст», речь героев, фрагменты литературных произведений, писем, воспоминаний и т. д. Но самое главное место в фильмах занимает авторский текст в кадре и за кадром. С помощью такого текста мы, авторы, повествуем или описываем, развиваем мысль героя или перекидываем «мостики» от одного эпизода к другому. Например, в моем документальном фильме, посвященном первому президенту Академии наук Абхазии Шоте Арстаа, речь идет о его жизни и деятельности. Закадровый авторский текст помогает рассказать о традициях села Отхара Гуадаутского района, где родился ученый.

Закадровый текст: «Шота Арстаа родился в этом селе, где мы сейчас находимся. Его отца Константина знали как знаменитого сказителя и исполнителя народных песен. Он играл на народном инструменте апхярца. Со всей округи люди приходили к нему в дом, чтобы услышать его пение и рассказы из устного народного творчества. А он, в свою очередь, перенял это у известного народного сказителя Зафаса Айбы... Этот переход народного искусства от старшего поколения к молодому вызвал в моей памяти строки из романа Баграта Шинкубы «Песня о скале»:

И вздохнула апхярца в крестьянской руке,
В этой умной и доброй руке, как в века...»

И уже рассказ о народном творчестве автор использует как обобщение и сюжетный переход к финальной подборке кратких воспоминаний Шоты Арстаа о его детстве, о любви к народному творчеству: «Во время ужина тосты чередовались с песнями в исполнении Кастея Арстаа. Песни всем трогали душу. Но больше всего его искусством интересовался маленький Шота... В очередной раз, когда гости и хозяева сели в апаче вокруг огня, неожиданно для всех мальчик взял апхярцу и стал играть на ней. Больше всех был удивлен отец – ведь он никогда сына не учил играть. Этому искусству Шота научился сам...»

И здесь уже наш фильм показывает крупного ученого с апхярцей в руке, он исполняет народную песню. Затем опять закадровый текст: «Всю жизнь народные инструменты сопровождают Шоту. Он играет на них, когда ему нужно немного отдохнуть от научной деятельности. Эти песни вдохновляют его, чтобы дальше творить для блага многострадального маленького, но очень гордого, со своими вековыми традициями народа...»

Таким образом, закадровый авторский текст является важнейшим сюжетно-композиционным

инструментом для создания документального фильма. Комментарий к фильму позволяет авторам высказать свое мнение или суждение и дать собственную оценку событию или поступкам героя. В закадровом тексте слышен голос автора.

В процессе работы над документальным фильмом во многих случаях закадровый авторский текст сокращается, расширяется, изменяется, переписывается, переставляются смысловые и сюжетно-композиционные акценты. Например, мой документальный фильм «Наш генерал», посвященный Герою Абхазии, генералу Султану Сосналиеву, переписывался девять раз. Сколько раз сокращался, расширялся, изменялся – нет счету.

В первоначальном варианте сценария телефильма «Всегда с народом», посвященного государственному и политическому деятелю Абхазии Константину Озгану, был небольшой фрагмент, сопровождающийся следующим закадровым текстом: «Мысль о создании документального фильма о Константине Озгане сопровождала меня еще со студенческих лет. Был период, когда нас, абхазов, грузины называли «озгановцами». И это неслучайно, ведь Озган был одним из лидеров освободительного движения. Одно его имя пугало грузинских националистов, а для родного народа имя Озган было всегда вдохновляющим...»

Затем я в своем фильме рассказывала о волне национально-освободительного движения, прошедшей в Абхазии с 1978 по 1990 гг. И закадровый текст переходил к воспоминаниям Озгана об этих событиях.

Краткий фильм получился удачный. Но зрители, знающие Озгана хорошо, стали говорить: почему бы не показать другие его заслуги, например, в качестве первого секретаря райкома партии Гудаутского района, министра иностранных дел, министра экономики, депутата парламента РА, вице-спикера парламента РА. Затем решено было подготовить часовой документальный фильм. И фильм начинался таким закадровым текстом: «Константин Озган – неотъемлемая часть нашей новейшей истории, бесстрашный борец за единение братских народов, за свободу и независимость Абхазии...»

Около десяти лет я занимаюсь сбором материалов для документального фильма «Дорогу осилит идущий», посвященного крупному абхазскому ученому, более двадцати пяти лет являющемуся ректором Абхазского государственного университета, академику Алеко Гварамия. У меня есть несколько опубликованных в моих книгах очерков о его жизни и деятельности. Особое внимание я уделяю архивным видеозаписям. Их у меня достаточно по всем этапам его жизни. Таких замыслов и архивных материалов для будущих фильмов немало.

Как правило, участники войны и вооруженных конфликтов нередко становятся «пленниками» военной тематики – потому что это волнует их всю жизнь. Для меня, как военного корреспондента Отечественной войны народа Абхазии (1992–1993), тематика войны стала неотъемлемой частью моего публицистического творчества. Этой теме посвящены более 300 документальных фильмов разного хронометража: «На Высоте», «Живая героика», «Султан Сосналиев», «Мать уходит в бой», «Мушни Хварцкия», «Гайдар и его команда», «Стойкость», «Повесть об абхазском парне», «Герой не из сказки», «Последний вылет», «Блокадный госпиталь», «Народный полководец», «Каким он парнем был» и многие другие. Они показывают историю войны в Абхазии, иллюстрируют героизм и мужество защитников родины. Фильмы передают правдивую информацию о самых трагических годах в современной истории абхазского народа. Такие фильмы особенно востребованы сегодня, когда раны, нанесенные войной, все еще кровоточат, пока свежа память, пока живут люди, перенесшие на своих плечах все тяготы войны. Ведь человек не способен хранить все в памяти, необходимо вовремя переносить воспоминания в фильмы, в книги.

В этих фильмах в основном присутствует импровизация самого автора, ведущий – одно и то же лицо. Я рассказываю о событиях и фактах с мест боев. Так, например, в документальном фильме «Живая героика» веду свой рассказ на месте гибели десанта на горе Ахбюк (4 июля 1993 г.). Как ведущий, появляюсь в кадре и с характерной интонацией рассказываю о событии: «По расчетам освободителей Абхазии, гора Ахбюк оставалась нейтральной зоной. Однако, как только вертолет с десантом сел на этой поляне, тревожную тишину пререзала стрельба со всех сторон, из всех видов оружия. Для воинов, сидящих в вертолете, наступил час великого испытания на мужество, отчаянную смелость, верность Апсны...»

Затем следует закадровый текст, который станет продолжением живой речи ведущего: «Во время боя, когда каждая доля секунды решала, жизнь или смерть, бойцы умудрялись передавать друг другу свои рожки и гранаты. Сражались наши воины, как барсы, одну за другой уничтожая огневые точки противника. У всех была одна мысль – только бы прорвать эту вражескую цепь, только бы отдать свою жизнь подороже!..»

Многие съемки я осуществляла в качестве оператора. Отечественная война народа Абхазии заставила меня им стать. Весь мой военный видеоархив состоит из снятых мной кадров. Мне кажется, это единство углубляет фильм. Тем более когда автор фильма – военный корреспондент, все эти события пережиты им самим, он является

очевидцем. Конечно, для документального фильма необходимо присутствие на съемочных объектах самых участников боя. Их рассказ обогащает сюжет. Так, например, в бою за освобождение горы Ахбюк в живых остались всего одиннадцать воинов. С ними мне приходилось после войны несколько раз подниматься на эту гору. Как бы ни было трудно для бойцов вспоминать тот кошмар, удалось записать их воспоминания.

Закадровый текст: «Те, кто остался в горящем вертолете, до последней минуты стреляли из иллюминатора и этим прикрывали выходивших, давая им возможность прорваться...»

Рассказ начальника штаба батальона «Голец» Сергея Аршбы, возглавившего эту операцию, был таковым: «Я приказал как можно быстрее выйти из машины и занять круговую оборону. В этот момент вертолет был обстрелян из гранатомета и загорелся. Некоторые бойцы сумели выпрыгнуть и сразу четко, как на ученьях, рассыпались, выдерживая дистанцию, залегли и стали отстреливаться. Но большинство участников десанта остались внутри машины и стали гореть...»

Чтобы представить эту ситуацию, переходим к военным кадрам Отечественной войны народа Абхазии. А на фоне видны обломки вертолета МИ-8, который остался в середине поля навечно...

В таких случаях есть необходимость проявить эмоции или дать собственную оценку событию или поступку героев. Но все же здесь необходимо, чтобы на передний план были выдвинуты герои войны, а потому вполне логично, что описание уступает место повествованию. Затем повествование должно перейти в закадровый текст: «Именно в экстремальных ситуациях проявляется, на что способен тот или иной человек... Скромный на вид, малоразговорчивый Сергей Аршба в бою преображался, в нем просыпалось нечто сверхъестественное, и он показывал чудеса храбрости...»

В пространстве данного документального фильма присутствие ведущего акцентирует внимание зрителей на нужных деталях или мыслях. Ведущий: «В этом солнечном райском крае во все тяжкие для него времена находились сильные духом его защитники. Так было и во время Отечественной войны народа Абхазии...» В таких фильмах не должно быть длительного повествования автора в кадре. Оно должно быть кратким, сжатым, достоверным, убедительным.

В моей практике немало документальных фильмов, построенных на прямых цитатах из дневников, писем, стихов. Так, например, в грузино-абхазской войне погиб журналист Андрей Островский из Санкт-Петербурга. Боевые друзья Андрея принесли мне его личные документы и дневник. Эпиграфом дневника были такие строки: «Себя победить, пройти сквозь себя – вот

главная из побед...» С этого эпиграфа начинался и наш фильм. И весь сюжет фильма был построен на дневниковых записях. Озвучивал фильм один из моих студентов отделения журналистики, примерно возраста нашего героя. Его же словами, мыслями, размышлениями был раскрыт образ молодого талантливого журналиста и поэта, жизненное и профессиональное кредо которого было – быть там, где трудно, помочь тем, кто попал в беду и нуждается в помощи, всегда отстаивать справедливость.

Кстати, личные документы и дневник Андрея Анатольевича Островского уже двадцать лет хранятся в моем личном архиве. Давно ищу его родных и близких, кому я могла бы передать их.

Как известно, когда происходит процесс превращения текста письменного в текст экранный, на передний план выдвигается режиссура.

Но если автор сценария выступает и в роли режиссера, тогда текст сценария меньше «пострадает». Если режиссер фильма – не автор сценария, то в ходе работы он может изменить его до такой степени, что автор сценария не узнает свой текст. Но это не потому, что режиссер желает навредить автору, а из-за того, что в процессе работы у режиссера обнаружились другие варианты развития сюжета. В таких случаях бывают споры между режиссером и сценаристом. Тогда необходимо найти общие интересы совместного творчества. Очень важно взаимопонимание творческой группы и видение в материале цельного произведения.

Документальный фильм – это искусство, которое передает из поколения в поколение рассказы о переломных событиях в общественной жизни, об избранных людях, возможностях человека, о его духовных силах.

УДК 801.731

Григоренко Ирина Николаевна

доктор филологических наук,

профессор кафедры иностранных языков

Кубанского социально-экономического института

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПТОВ В ТЕКСТАХ ИНФОРМАЦИОННОГО ХАРАКТЕРА

Аннотация: Рассматриваются когнитивные составляющие концептосферы информационных текстов, представленной в виде динамической системы. Особое внимание уделяется понятию концепта, его формированию и восприятию.

Ключевые слова: концепт, концептосфера, когниция, образ.

Grigorenko Irina Nikolaevna

Doctor of Philology

Professor of Department of Foreign Languages

Kuban Social and Economic Institute

FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF CONCEPTS IN INFORMATIVE TEXTS

Abstract: The article focuses on cognitive components of concept sphere of informative texts. Concept sphere is presented as a dynamic system. Special attention is paid to the notion of concept, its formation and comprehension.

Key words: concept, concept sphere, cognition, image.

Текст информационного характера передается посредством языка как когнитивного процесса восприятия человеком предметного мира и пространства. Информационные тексты выполняют две основные функции: сообщение информации и воздействие на конкретного адресата. Указанные функции обусловлены прежде всего двумя сторонами жанровой природы: сочетанием экспрессивности и подчинением определенной логике и смыслу.

Информирующая функция проявляется в таких особенностях, как документальность, последовательная фактологичность, достаточная объективность описания взаимодействия предметов, явлений, сдержанность или эмоциональность изложения. Причем представляемые автором предметы и явления рассматриваются в процессе происходящих предметно-пространственных отношений. Они показывают, каким образом происходит

представление о них во времени и пространстве в ходе мышления, какое многообразие преломлений в человеческом сознании их ожидает. Выявляются наиболее релевантные предметы и явления как для адресата, так и адресанта, получая свое языковое выражение, приобретая прагматическое значение.

Таким образом, отражение в языке восприятия предметного и пространственного опыта позволяет осмыслить природу отношений как между языком, так и когницией. Под когницией понимается сам познавательный процесс (когниция, согласно философской энциклопедии, это «знание, познание»). По мнению В.А. Масловой, когниция сегодня включает в себя не только составляющие человеческого духа (знание, сознание, разум, мышление, представление, творчество, разработка планов, размышление, логический вывод, решение проблем, соотнесение, фантазирование, мечты), но и такие процессы, как восприятие, мысленные образы, воспоминание, внимание и узнавание [3].

Когниция, таким образом, разделяется на разные процессы, каждый из которых связан с определенной когнитивной способностью говорить. Следовательно, когниция – это и восприятие мира, и наблюдение, и категоризация, и мышление, и речь, и воображение, и другие психические процессы в их совокупности.

Восприятие, занимая промежуточное положение между ощущением и мышлением, представляет собой важный процесс, с помощью которого человек получает информацию из окружающего мира. Зрительное восприятие пространства – одно из элементарных проявлений познания мира человеком. Его особенностями являются предметность, образность, так как воспринимается мир, наполненный предметами, явлениями, формируются образы или представления о них, благодаря которым человек обычно ориентируется в пространстве, получает и запечатлевает информацию.

Всякий текст, как известно, представляет собой более или менее сложное высказывание о действительности. В основе текста, в том числе и информационного характера, лежит суждение о предметах и/или явлениях действительности, о тех или иных фактах и ситуациях. Это означает, что все слова в тексте, все предложения, входящие в него, как и текст в целом, актуализированы, соотнесены с обозначенным в тексте временем и ориентированы в пространстве.

Данные составляющие проявляют свою значимость в тексте не только как словарные лексемы и гипотетические синтаксические конструкты, а и как названия-номинации конкретных предметов и/или явлений, представляющие конкретные факты и ситуации в предлагаемой автором информации. Происходит соотнесение фактов и разворачивающихся вокруг них событий между собой,

взаимосвязь с действительностью, именуемой в лингвистике актуализацией, которая является необходимым свойством всякого текста. Таким образом формируются коммуникативные акты, которые соотносятся с ситуацией, одновременно представляя текстовую деятельность, связанную с передачей информации.

В связи с вышесказанным, психолингвистическое и лингвокультурологическое понимание термина «концепт» понимается «не *conceptus* (условно переводимое как «понятие»), а *conceptum* – «зародыш, зернышко», из которого произрастают все содержательные формы его воплощения (то есть образ, понятие и символ). Предмет или явление действительности, представленное в тексте словом, приобретает содержательную форму в виде образа, понятия, символа. Концепт рассматривается одновременно как феномен языковой и культурный, формируя концептосферу (термин академика Д.С. Лихачева). Д.С. Лихачев считает, что «концептосфера языка – это, в сущности, концептосфера русской культуры как совокупности потенций, открываемых в словарном запасе отдельного человека и всего языка в целом» [2, с. 124]. Таким образом концепт функционирует в определенной среде, именуемой концептосферой, которая, с нашей точки зрения, предстает в виде динамической системы, формирующей некое многомерное пространство, имеющее размерность. Эти особенности характерны и для гипертекстового пространства. Остановимся на них подробнее, рассмотрим их функциональные составляющие, обозначим потенциал.

Возможные состояния представляемой нами концептосферы как динамической системы удобно представить в виде точек (концептов и их составляющих) фазового пространства, которое, с точки зрения классической механики и статистической физики, является многомерным пространством. Эволюция значений определенных концептов с течением времени рассматривается как некоторое движение (траектория) в этом пространстве. Различные физические величины, связанные с данной системой (знаки, пространство, время, переходность и т. п.), являются, как правило, функциями координат и импульсов, составляющих систему частиц, т. е. функциями точки ее фазового пространства [5, с. 272]. Таким образом, перед нами эргодическая функция, предусматривающая ситуацию, в которой наполнение концептами фазового пространства представляет концептосферу. Такая функция создает не только цепь событий (направление развития, последовательность, гибкость и т. д.), но и формирует образ, понятие, символ обобщенных координат информационного текста и обобщенных импульсов, исходящих от концептов, принадлежащих всей механической системе, формирующей текст с N степенями свободы.

С точки зрения современной физики, фазовое пространство применительно к тексту должно иметь размерность xN , где N обозначает степень свободы, а x – составляющие концептосферы. В нашем исследовании значение концепта формируется как адресантом, представляющим его значение в определенных допустимых пределах концептосферы, так и адресатом, имеющим свои представления о предметах или явлениях действительности, затронутых автором. Очевидно, что такое представление информации в определенной степени зависит от нескольких факторов:

- от системы подачи излагаемых фактов, описываемых явлений;

- от общепринятых стилевых характеристик (например, заметка, репортаж, интервью, отчет);

- от схемы представляемых материалов, заложенным в ней особым механизмом предъявления. Например, на когницию информационного текста особое влияние оказывает пространственная организация его многомерного функционирования. Она воздействует на формирование образов и представлений. Направленность такой организации – это активизация деятельности адресата по восприятию и переработке концептуальной информации. В этом случае адресат – это активный потребитель, максимально вовлеченный в процесс мышления, обладающий достаточным набором концептов. Функциональная направленность обусловливается формированием понятийных структур в результате потребления текстовой информации. Выделение данных структурно-содержательных аспектов концепта помогает организовать аналитическое описание объекта через выявление его образной стороны, а также дескриптивных и аксиологических характеристик. В качестве универсального и многомерного феномена концепт способен транслироваться в различные сферы (нравственность, наука, язык) и в зависимости от условий превращаться в специализированные формы (понятие, образ, поведенческий стереотип).

Таким образом, концепт сложнее, чем соответствующее слово – «имя» концепта: он содержит семантические добавки, которые и определяют специфику восприятия концепта. Но именно при восприятии слова, которое является «именем» концепта (иногда – при восприятии метафоры или фразеологизма), в сознании человека возникает соответствующий концепт. Концепт не исчерпывается словарным значением слова – «именем» концепта, но словарное значение слова – «имя» концепта – образует ядро данного концепта. Что может входить в содержание концепта? Ю.С. Степанов отмечает, что «концепты существуют по-разному в разных своих слоях и в этих слоях они по-разному реальны для людей данной культуры» [4, с. 45], выделяет «буквальный смысл», «внутрен-

нюю форму», или этимологию концепта, «пассивный», «исторический» слой концепта и новейший, наиболее актуальный и активный слой концепта.

Можно предположить, что «на самой глубине» любого концепта находится набор архетипических – наиболее общих и фундаментальных – изначальных понятий, логических связей, образных представлений и выработанных на их основе принципов, правил человеческого существования. Следовательно, концепт связан со временем и пространством (географическими, физическими и прочими условиями существования). «На основе примитивно-архетипических связей или в дополнение к ним (а иногда и вне прямой связи с ними) в сознании коллектива и в сознании личности образуется некоторый фонд представлений, которые опираются на генетическую память и не соответствуют актуальному эмпирическому опыту или даже прямо противоречат ему» [4, с. 46]. Различные подходы к трактовке термина «концепт» отражают его двустороннюю природу: как значения языкового знака (лингвистическое и культурологическое направления) и как содержательной стороны знака, представленной в ментальности (когнитивное направление). Необходимо заметить, что подобное разделение трактовок понятия «концепт» условно. Все вышеприведенные точки зрения связаны между собой, а не противопоставлены друг другу. Так, например, когнитивный и культурологический подходы к пониманию концепта не являются взаимоисключающими: концепт как ментальное образование в сознании человека есть выход на концептосферу социума, т. е. в конечном результате на культуру, а концепт как единица культуры есть фиксация коллективного опыта, который становится достоянием каждого человека. Другими словами, эти два подхода различаются векторами по отношению к носителю языка: когнитивный подход к концепту предполагает направление от индивидуального сознания к культуре, а культурологический подход – направление от культуры к индивидуальному сознанию.

Таким образом, концептосфера имеет не только способы языкового выражения, но и часть информации представляется в сознании реципиента иным образом, т. е. ментальными репрезентациями: образами, картинками, схемами и т. д. Богатство языка, пишет В.А. Маслова, определяется не только богатством словарного запаса и грамматическими возможностями, но и богатством концептуального мира, концептосферой, в которых формируется языковая личность [3].

В условиях быстро развивающихся экономических отношений происходят качественные изменения в тех областях речемыслительной деятельности человека, которые связаны с его профессиональной активностью. Это находит

непосредственное отражение в информационных текстах, определенным образом организующих текстовое пространство. С одной стороны, концептами, их вербальными и ментальными репрезентациями передается определенный объем информации. Такие репрезентации – своего рода понятия, связанные с данным текстом в качестве системных проявлений, признаков действительности системы. Они являются, как правило, функциями координат и импульсов, составляющих систему концептов. С другой стороны, опора на ментальные образования в сознании человека позволяет формировать выход на концептосферу социума, задействуются актуализаторы смысла, т. е. организуется своеобразный повтор информации, частиц, составляющих систему смыслового пространства. Такие величины называются фазовыми функциями. В результате происходит акцентирование внимания на понимании получаемого знания. Иными словами, осуществляется когнитивное воздействие с целью передачи определенного объема информации. Фактически такое воздействие осуществляется путем текстового повтора одних и тех же названий-номинаций конкретных предметов, их составляющих, явлений. Соответственно у реципиента создается система установок, которая в свою очередь формируют ядро того или иного концепта. Приведем пример информационного текста, связанного с требованиями к правильному восприятию зданий и сооружений и покажем функционирование концептов, их составляющих, внутри концептосферы.

Требования к форме здания очень просты. Она должна быть уместной и убедительной в связи с тем, для чего это здание построено. Гораздо сложнее понятие масштаба. Всякое здание создается для человека, и поэтому все в нем должно учитывать величину человеческого тела и законы человеческого восприятия. Грандиозные врата храмов указывают людям место перед Всевышним, а маленькие двери забегаловок – простоту и доступность. Но этого мало. Правильное соотношение частей здания позволяет человеку не чувствовать себя подавленным огромным домом и не ощущать себя нищим даже в скромной лачуге. Наконец, детали – это то, что позволяет почувствовать здание близким себе и осознать его размер. Часто думают, что под крышей дома детали карниза могут быть грубыми, все равно не видно. Но это не так. Глаз сразу улавливает дисгармонию – грубость заметна. Кажется, что кровля падает на землю. Поэтому мелкие детали и узнаются мелкими, зритель распознает и тщательность работы, и их отдаленность. Благодаря им становится яснее размах всего здания. И наконец, именно детали несут след мысли и заботы, человеческой руки и делают здание постижимым как плод труда.

Чтобы лучше понимать архитектуру, нужно, конечно, хотя бы в общих чертах познакомиться с ее историей. ...Можно и просто изучить несколько книг о главных эпохах в архитектуре: об античности, готике, Возрождении, барокко, классицизме, модернизме. Но это вовсе не список «стилей», которые непременно нужно различать. Стили – вообще в архитектуре вещь не определяющая. Напротив, за декоративными приемами и разными типами конструкций стоят одни и те же принципы, не меняющиеся веками. Знакомство с историей архитектуры позволяет увидеть эти принципы в действии в работах лучших мастеров. А побочным эффектом этого образования становится привычка читать чертежи, позволяющая уловить черты здания по его проекциям – планам, фасадам, разрезам. Она будет полезна, если вы вступаете в отношения с архитектором, проектирующим ваш дом или интерьер [1] (выделено полужирным нами. – И.Н.).

В данном примере ядро концепта «здание» формирует когнитивное воздействие прежде всего определенным ритмом появления самого концепта «здание» в текстовом пространстве. Например, *Требования к форме здания очень просты. Она должна быть уместной и убедительной в связи с тем, для чего это здание построено.* Концепт «здание» – основной, он появляется чаще других номинаций, появляется не самостоятельно, а в окружении определяющих, дополняющих, поясняющих информацию слов. Например, *Правильное соотношение частей здания позволяет человеку не чувствовать себя подавленным огромным домом и не ощущать себя нищим даже в скромной лачуге.* Соответственно появляются синонимы концепта здание (дом, лачуга) в сопровождении определений: огромный, скромная. Так части зданий – врата, маленькие двери, детали карниза, крыша дома, кровля, мелкие детали, дополняя контекст, вводят элементы концепта, формируя фазовое пространство (направление, развитие, гибкость и т. д.). Автором текста создается наполнение данным концептом и его составляющими фазового пространства, представляющего концептосферу. Создаются не только направления развития представляемого предмета, преобладание архитектурных форм, новации, но и формируется образ, образ зданий различных эпох, их связь с современностью. В связи с этим появляется еще один концепт – «архитектура», постепенно вырисовывая понятие, символ. В результате обобщения импульсов, исходящих из концепта «здание» в виде его составляющих (крыша, двери, врата, кровля, детали, черты здания, дом, интерьер и др.), наблюдается целостность восприятия координат информационного текста, принадлежащих всей механической системе, образующей текст с N степенями свободы.

Подобное формирование когнитивного воздействия, передавая определенный объем информации, создает систему установок, вписывается в процессы информирования и убеждения. Все вышесказанное свидетельствует о том, что информационные тексты представляют собой развивающуюся сферу деятельности, правила в которой устанавливаются и вполне могут быть скорректированы применением функций координат и импульсов, составляющих систему концептов. Обратим внимание, что входящие в систему концептов их элементы, образующие понятийное ядро и оболочку, формируют особое меняющиеся смысловое пространство. Они не только способствуют развитию интеллектуального потенциала адресата, но и стимулируют культурную жизнь общества, развивая язык.

Итак, подводя итоги краткого обзора толкований функционирования концептов, используемых в информационных текстах, резюмируем следующее:

1) концепты информационных текстов есть актуализаторы смысла, аккумулирующие знания

коллективного субъекта (общества или социальной группы) об определенном фрагменте действительности, акцентируя внимание на его положительных ценностных качествах;

2) они являются частью картины мира, формируя выход на концептосферу социума, существующую в коллективном сознании адресной лингвокультурной общности;

3) концепты информационных текстов – многомерные образования, связанные системными проявлениями, признаками действительности системы;

4) концепты сферы информации существуют в поле культуры и несут на себе отпечаток социокультурной системы, в рамках которой они сформировались;

5) возможные состояния текстового пространства сферы информации удобно представлять в качестве составляющих систему частиц смыслового N-мерного пространства – фазового пространства, а представление течения времени – как некоторое движение (траекторию) в этом пространстве.

Библиография использованных источников:

1. К. Асс. Как отличить хорошую архитектуру от плохой. [Электронный ресурс]. URL: <https://esquire.ru/kirill-ass> (дата обращения: 25.11.2015).
2. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста : антология. М., 1997. С. 280–286.
3. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику : учебное пособие. Третье издание, испр. М., 2007.
4. Степанов Ю.С. Семиотика. М., 2015.
5. Шпарага О.Н. История философии : энциклопедия. М., 2007.

References:

1. Ass K. How to tell good architecture from bad one [Electronic resource]. URL: <https://esquire.ru/kirill-ass> (date of access: 25.11.2015).
2. Likhachev D.S. Concept sphere of Russian language // Russian philology. From the theory of philology to the structure of the text: anthology. M., 1997. P. 280–286.
3. Maslova V.A. Introduction to cognitive linguistics: study guide. The third edition, corrected. M., 2007.
4. Stepanov Y.S. Semiotics. M., 2015.
5. Shparga O.N. History of Philosophy: encyclopedia. M., 2007.

УДК 070.1

Смеюха Виктория Вячеславовна

доктор филологических наук,

профессор, заведующая кафедрой массовых коммуникаций и прикладной лингвистики

Ростовского государственного университета путей сообщения

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФУНКЦИЙ МАССМЕДИА (СОВЕТСКИЙ И ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОДЫ)

Аннотация: Целью данной статьи является выявление функциональных характеристик советского и современного телевидения в их взаимосвязи с политико-экономическими факторами развития страны. Используя историко-типологический, сравнительно-типологический методы, автор делает

заклучение о том, что медиа, являясь инструментом в государственном управлении, экономическом развитии, не демонстрируют оптимальной функциональной системности, обеспечивающей гармонию информационного фона социума.

Ключевые слова: медиа, функции, советский период, современный период, телевидение, развитие, трансформация.

Smeyukha Viktoriya Vyacheslavovna

Doctor of Philology, Professor

Head of Department of Mass Communications and Applied Linguistics

Rostov State Transport University

TRANSFORMATION OF MASS MEDIA FUNCTIONS (SOVIET AND POST-SOVIET PERIODS)

Abstract: The aim of this article is to reveal functional characteristics of Soviet and present-day television broadcasting and their interrelation with political and economical factors of the development of the country. Using historical and typological, comparative and typological methods the author makes a conclusion that media as an instrument of state regulation and economical development don't demonstrate optimal functional systematicity which provides harmonization of media coverage of the society.

Keywords: media, functions, Soviet period, present-day period, television, development, transformation.

«Пресса всегда принимает форму и окраску тех социальных и политических структур, в рамках которых она функционирует», – данный тезис из работы авторов книги «Четыре теории прессы» Ф.С. Сиберта, У. Шрамма, Т. Питерсона [1; 16] находит подтверждение как в истории развития СМИ, так и в деятельности современных массмедиа. Средства массовой информации выполняли и продолжают выполнять определенное количество функций. В научной сфере функциональные характеристики СМИ имеют несколько различные количественные и номинативные определения [2–5], однако сравнительный анализ разрабатываемых функций показывает, что ряд из них совпадает. Выделяются следующие функции, свойственные средствам массовой информации: информационная, пропагандистская, организаторская, рекреативная, культурно-просветительская. Данные функции присущи как советским СМИ, так и современным, однако их приоритетность, как и содержание в рамках рассматриваемых периодов, различны. Функции СМИ оказываются в тесной зависимости от политической структуры общества, экономического состояния, типа культуры. Целью данной статьи является изучение характера реализации функций СМИ в советский и постсоветский периоды с выявлением их значения и различий. Трансформация функций будет рассмотрена на примере деятельности советского и современного телевидения.

Информационная функция является одной из важнейших. Массмедиа, распространяя некие данные и сведения, предоставляют аудитории информацию, которую она использует в соответствии со своими целями. Конституция РФ закреп-

ляет право граждан на получение информации. Закон РФ «О средствах массовой информации» обязывает журналистов размещать достоверную информацию. Сегодня информационную функцию успешно выполняют ежедневные периодические издания, которые могут сообщать информацию политического, экономического, культурного характера. Более оперативными в плане предоставления информации считаются интернет-СМИ, а именно интернет-газеты, сайты информационных агентств, которые ведут обновление информации с периодичностью в несколько минут. Востребованные периодические издания выходят одновременно в печатном и интернет-форматах. Лидерами информационного сегмента являются новостные сайты, имеющие федеральные печатные версии: «Kp.ru» («Комсомольская правда»), «Rg.ru» («Российская газета»), «Aif.ru» («Аргументы и факты»), «Mk.ru» («Московский комсомолец») и др.

Значительную роль играют информационные телевизионные выпуски – программы, представляющие информацию о важнейших событиях из политической, экономической, социальной и культурной жизни общества. Сегодня их просмотр доступен аудитории не только в телевизионном эфире, но и в сети Интернет. Выпуск информационной программы – предприятие дорогостоящее, потому за него берутся не все телекомпании, однако наличие в структуре телеорганизации отдела новостей уже характеризует ее как серьезного представителя медиарынка [4].

Информационные выпуски – важнейший компонент системы вещания, в них подводится информационный итог дня, в соответствии с чем у аудитории складываются представления о мире,

обществе, меняется ее менталитет, социокультурные, политические ориентиры. Информационные выпуски собирают широкую аудиторию с различными целевыми ориентирами: профессиональными – интерес данной категории зрителей мотивируется профессиональной деятельностью, в связи с чем они особо внимательны к информации политического, экономического, социального характера; духовно-личностными – социально-активные граждане заинтересованы в получении информации о последних преобразованиях социума; потребительскими – зрители могут относиться к информационной хронике как к средству развлечения, в большей степени им интересны новости развлекательного характера.

История отечественного новостного телевидения насчитывает более пятидесяти лет. С 1952 г. каждую субботу в эфире транслировался киножурнал «Новости дня», в силу технических причин он не отличался оперативностью. С 1956 г. начала выходить программа «Последние известия», диктор зачитывал в студии радионОВОСТИ, постепенно дикторский текст стали дополнять телевизионные сюжеты, и программа получила новое название «Телевизионные новости». В 1968 г. начала работу программа «Время», она стала главной информационной передачей страны, выходила каждый вечер, в 21.00, ее транслировали все каналы.

Сегодня службы новостей существуют у нескольких общероссийских каналов: «Первый» представляет «Новости», «Время», кроме того, информационные выпуски выходят в программе «Доброе утро»; на канале «Россия» – программа «Вести», информационные выпуски в программе «Доброе утро, Россия!», на НТВ – «Сегодня», информационные выпуски в программе «Сегодня утром», на ТВЦ – «События». В 2006 г. появился круглосуточный информационный канал «Россия 24».

Эффективный выпуск новостей должен характеризоваться следующими факторами: высокой степенью восприятия информации, то есть ее соответствием информационным интересам и запросам аудитории; мозаичностью [6] – наличием информации различной тематики (политика, экономика, культура и др.).

Однако в процессе реализации информационной функции массмедиа довольно редко являются объективными. Н. Луман писал: «Все, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы узнаём через массмедиа. Это относится не только к знанию общества и истории, но и к знанию природы. Мы узнаём о стратосфере так же, как Платон узнавал об Атлантиде: «люди говорят то-то и то-то»... С другой стороны, о самих массмедиа мы слышали такого, что не можем доверять этому источнику. Мы сопротивляемся их

воздействию, подозревая, что нами манипулируют, но по существу это ничего не меняет, потому что знания, полученные нами из массмедиа, словно сами собой складываются в замкнутый каркас, элементы которого укрепляют друг друга» [7].

В советский период телевизионные новости не являлись коммерческим продуктом, они отображали политику руководства. Сегодня информация является товаром, поэтому, помимо политических причин, существуют и другие факторы, препятствующие объективному информированию. Во-первых, субъективные интересы медиаспециалистов; авторы в процессе создания информации руководствуются техникой разработки рейтинговых событий. Во-вторых, недостаточный профессионализм медиасотрудников; авторы используют поверхностные факты, не исследуют полностью новостную ситуацию, сообщая об отдельных ее аспектах.

Известны четыре модели процесса создания новости: зеркальная, профессиональная, организационная и политическая [8].

Зеркальная модель – новости должны отражать реальность. Сторонники этой модели не создают новости, а сообщают о них. Критики модели справедливо заключают, что массмедиа не в состоянии отразить все события, происходящие в мире. События, которые попадают в медийное пространство, становятся более значимыми, чем они есть в реальной действительности, а ряд событий остается за пределами медийного внимания.

«Сторонники профессиональной модели представляют журналистов как опытных профессионалов, которые создают увлекательный медиаколлаж» [8], отбирая события по степени значимости, привлекательности для аудитории, соблюдая баланс между различными элементами. Основным критерием отбора служит внимание публики, поскольку массмедиа экономически заинтересованы в расширении своей аудитории.

Сторонники организационной модели акцентируют внимание на процедуре создания новостей: корпоративных отношениях, профессиональных нормах, технических возможностях, расходах, связанных с получением новостей, ориентацией на прибыль, законодательными ограничениями [8].

С точки зрения сторонников политической модели, любые новости – продукт деятельности людей, имеющих определенные идеологические цели, воззрения и приоритеты, следовательно, новостной контент создается под давлением политического окружения, в котором находится организация, делающая новости. В поле зрения массмедиа попадают люди, имеющие высокий статус в обществе, а остальные – большей частью игнорируются.

В-третьих, объективному информированию препятствует деятельность PR-коммуникаций [9; 10]. В медиасреде образуется гибридная медиаинформация, которая является продуктом пиарналистики. Данный термин был предложен профессором А.П. Короченским для обозначения гибрида журналистики и PR [11]. Увеличение количества гибридных текстов в медийном пространстве происходит в ходе сотрудничества пресс-служб, отделов по связям с общественностью с редакциями СМИ: издания публикуют поступившие к ним пресс-релизы; журналисты готовят материалы на основе PR-информации, а также по заказу PR-специалистов. Кроме того, благодаря развитию социальных медиа имиджевые тексты могут распространяться без ограничения, заменяя собой информацию социальной значимости.

В-четвертых, становление социальных медиа привело к увеличению объема непроверенной, ложной, сфабрикованной информации, что также препятствует развитию объективного информационного процесса [12].

Пропагандистская функция реализуется в процессе целенаправленного воздействия на аудиторию с целью утверждения определенных идей, ценностей, формирования конкретных моделей поведения.

Пропагандистскую функцию можно назвать одной из главных советского периода. Формирование системы периодической печати в начале 20-х гг. XX в. соотносилось с необходимостью пропаганды идей советского общества. Телевидение стало особым видом пропаганды [13], аудиовизуальная природа электронного средства массовой коммуникации определяла эффективное распространение пропагандистской информации и степень ее воздействия на аудиторию. Структура отечественного телевидения была иерархичной, и главными в ней являлись отделы пропаганды [14]. В постсоветский период тематика телевидения стала меняться, оно стало ориентироваться на информационные потребности аудитории [15; 16], однако пропагандистская функция не исчезла. Она сохраняет свою актуальность в условиях необходимости распространения определенных идей, идеалов, формирования идеологического мировоззрения населения. Пропагандистская функция характерна для информационных и информационно-аналитических программ.

Рекреативная функция заключается в предоставлении аудитории развлекательного контента, потребляя который зрители получают возможность восстанавливать силы, затраченные в процессе трудовой деятельности. Развлекательные медиа сегодня пользуются повышенным спросом, что объясняет численность развлекательной периодики, телевизионных, радиопрограмм, а также интернет-ресурсов.

Значительный объем информации развлекательного характера предлагает телевидение. Коммерциализация телевидения способствует развитию и увеличению численности тех программ, которые пользуются массовым спросом и в которых наиболее заинтересован рекламодатель. В связи с изменением духовно-ценностных идеалов аудитория стала проявлять интерес к неполитической информации, то есть к развлекательной.

В советское время доля развлекательных телепрограмм была незначительной. Основное внимание уделялось политическим передачам, однако, несмотря на строгую идеологическую направленность эфира, основные формы развлекательного вещания были заложены. В 1961 г. зрители познакомились с программой «Клуб веселых и находчивых», ставшей родоначальницей популярных телевизионных игр. Впоследствии на экраны вышли программы «А ну-ка, девушки!», «Что? Где? Когда?». Рекреативную функцию выполняли музыкальные программы: «Музыкальный киоск», «Утренняя почта», «Шире круг», юмористическая передача «Вокруг смеха».

В 1990-х гг. по мере роста рекламных поступлений в телевизионную индустрию количество развлекательных программ увеличивалось, причем стали преобладать передачи, получившие уже до этого признание на Западе, – в отечественном эфире стали появляться лицензированные программы (ток-шоу, игры). Сегодня к развлекательной продукции отечественного телевидения относятся: юмористические программы, музыкальные программы, развлекательные шоу, игры, комедийные фильмы, сериалы.

Развитие развлекательного формата телевидения привело к появлению развлекательных каналов, которые специализируются преимущественно на показе развлекательной продукции (фильмы, сериалы, мультфильмы, игры, ток-шоу, шоу) и отказались от выпуска новостных программ, которые считались до этого основой телевизионного эфира. Таковыми, например, являются каналы СТС, ТНТ и др.

Лидером развлекательного вещания является СТС, его сотрудники с повышенным вниманием относятся к разработке тематических планов. Каждый телевизионный сезон СТС начинается в обновленном варианте, появляются новые сериалы, шоу-программы; программы, рейтинги которых оказываются минимальными, покидают эфир. Канал был основан в 1996 г. В общей сложности он получил 35 статуэток ТЭФИ.

По мнению бывшего генерального директора «СТС Медиа» А. Роднянского, развлекательный телеэфир требует постоянного обновления, что ведет к типологической трансформации телевидения, изменению программно-наполнения,

диффузии жанров, так, например, жанр ток-шоу, ставший традиционным для отечественного телевидения, уже не так востребован в «чистом виде», стали появляться программы ток-шоу в стиле инфотеймент (способ подачи информации с оттенком развлекательности). В 2000-х г. на канале были популярны программы «Кино в деталях», «Жизнь прекрасна», сегодня лидерами эфира являются программы-шоу «Взвешенные люди», «Дикие игры», «Кто кого на кухне» и др.

В связи с популяризацией коммерческих развлекательных телевизионных проектов и снижением зрительского интереса к информационным, аналитическим программам в последних стали использоваться элементы развлекательной подачи информации. Массовая аудитория предпочитает смотреть программы развлекательного характера; ориентируясь на массовые предпочтения, производители информационно-аналитических программ, журналисты стали активно использовать фактор массового спроса на информацию, что привело к появлению в политических программах развлекательных сюжетов. Как правило, каждая из выходящих в эфир информационно-аналитических программ содержит развлекательный элемент, рассчитанный на внимание широкой аудитории: один или несколько сюжетов о незначительных событиях политической, социальной жизни (расследование скандалов, освещение личной жизни звезд, неординарных, необычных событий, явлений).

Отечественное телевидение практикует совмещение функций политической пропаганды и развлечения, что выражается не только в утверждении инфотеймента, но и в изменении приоритетных задач политического вещания. Главным для политических лидеров и для телеканалов стало не разъяснение политических платформ, знакомство аудитории с политическими программами, а формирование политического имиджа конкретных участников политического действия. Политики становятся гостями, участниками ток-шоу, реалити-шоу, концертов и других программ развлекательного характера – это позволяет им стать известными, поддерживать рейтинг популярности и, следовательно, небезосновательно надеяться на определенный успех в политической среде.

В процессе распространения развлекательного формата вещания выделяются как позитивные тенденции данного процесса, так и негативные. К позитивным можно отнести следующие: увеличение за счет развлекательных программ объемов вещания, рост каналов, появление новых форм вещания, подача информации в увлекательной форме, привлекающей широкую аудиторию, реализация рекреативной функции [17]. Негативными можно считать следующие тенденции: снижение зрительского интереса к аналитическим, культур-

но-просветительским программам, конструирование ложных жизненных ситуаций, отвлечение от реальной действительности.

Организаторская функция реализуется медиа в процессе привлечения внимания аудитории и ее мотивирования на выполнение определенных действий. Организаторская функция может проявляться в ходе проведения пропагандистских кампаний (например, информационная кампания, сопровождающая подготовку и проведение зимних Олимпийских игр – 2014; патриотическая кампания, посвященная празднованию 70-летия Победы). Многие СМИ сегодня выступают в роли организаторов сбора средств на лечение тяжело-больным гражданам. Например, «Пятый канал» совместно с фондом «Подари жизнь» еженедельно проводит акцию «День добрых дел», целью которой является сбор денег на лечение детей.

В советский период также наблюдалось использование СМИ в целях организации населения на выполнение определенных задач, например проведение сельскохозяйственных кампаний, сбор средств в помощь странам третьего мира и т. д.

Культурно-просветительская функция заключается в приобщении аудитории к культурным ценностям. Культурно-просветительские телевизионные программы – передачи, основное назначение которых состоит в повышении культурного уровня аудитории, формировании и развитии ее духовно-нравственного мировоззрения.

Культурно-просветительская функция телевидения была обозначена в период его становления: телевидение представляет синтезированное СМИ, обладая важнейшими характеристиками радио, кино, театра, оно позволяет знакомить широкую аудиторию с произведениями культуры, искусства. Советское руководство, проявлявшее повышенное внимание к уровню образования населения, его морально-нравственному воспитанию, возлагало на телевидение большие надежды. В структуре Центрального телевидения действовали редакции пропаганды, информации, литературно-драматических, музыкальных программ, народного творчества, научно-популярных и учебных программ, которые обеспечивали советский телеэфир значительным количеством культурно-просветительской продукции. Аудитории предлагались передачи о музыке (музыкальные уроки Д. Кабалевского, цикл программ о классической музыке), литературе (серия телевизионных бесед с учеными-литературоведами Д. Лихачевым, Ю. Лотманом, И. Андрониковым и др.; телевизионные выступления писателей Г. Бакланова, Б. Васильева, В. Астафьева, В. Распутина и др.; выступления в студии известных актеров), телеспектакли.

По мере развития технических возможностей телевидения типология культурно-про-

светительских программ расширялась. В 1960 г. в эфир выходит «Клуб кинопутешествий» («Клуб путешественников»), в 1968 г. – «В мире животных». Появляется программа «Здоровье». Тематика научно-познавательных программ была довольно обширной: выходили передачи, посвященные проблемам науки («Наука сегодня», «Человек. Земля. Вселенная»), интересным научным фактам и явлениям («Под знаком Пи», «Очевидное – невероятное»), рационализаторским проектам и работкам («Это вы можете»).

В условиях коммерциализации вещания объем культурно-просветительских программ стал сокращаться – рыночные отношения меняли интересы аудитории и производителей телепрограмм. Проблема снижения качества программ, трансформации зрительских интересов, влекущая за собой духовную и культурную деградацию населения, ставила перед общественностью задачу по возрождению культурно-познавательного направления телевидения. Открытие канала «Культура» гарантировало беспрепятственное знакомство аудитории с культурными программами высокого качества. Передачи канала неоднократно становились лауреатами различных премий (например, призерами становились документальные циклы, ток-шоу («Культурная революция» М. Швыдкого), новостные программы («Новости культуры») и др.). Однако проблема повышения культурного уровня отечественной аудитории по-прежнему остается актуальной – канал «Культура» не привлекает массовую аудиторию, его программы интересны узкоспециализированным группам, значительный объем вещания занимает ретроспективный показ, например, детям предлагаются малоизвестные фильмы 1980-х гг.

Опыт деятельности российских каналов показывает, что совмещение развлекательного и познавательного направлений позволяет создавать программы, пользующиеся спросом у аудитории. Методы подачи информации в советское время, такие как беседы, телеспектакли, оказываются недейственными и малоэффективными, зрителя привлекает стремительное действие, интрига, наличие интересного сюжета. Именно такие программы выходят в эфир, но каналы не собираются отказываться и от привычных форматов, например, жанр документального кино присутствует на «Первом канале», «России», НТВ, ТВЦ.

Медиакритики ведут дискуссии об исчезновении из телеэфира культурно-познавательных программ и последствиях духовной деградации зрителей, интересно, что сами представители отечественного телевидения не всегда настроены пессимистично. Еще в 2004 г. М. Швыдкой охарактеризовал преимущества развития телевидения в условиях коммерциализации и технической модернизации

следующим образом: «Мы обвиняем телевидение во всех смертных грехах, не учитывая, что уже сегодня потребитель, правда только в больших городах, может смотреть бесплатно 10–12 каналов, а более состоятельный – до сотни каналов и уже может выбрать что угодно: и то, что разрушает душу, и то, что формирует ее... у нас хорошее телевидение, как бы его ни ругали. Оно лучше европейского, интереснее, богаче, разнообразнее. На ТВ сегодня показывают Хворостовского, Хазанова, Жванецкого, Радзинского, Макаревича – людей, ставших частью телевизионной культуры. То есть все то лучшее, что может предложить сегодня национальная культура на пути трансформации в массовую. Этот переход – к массовой – очень важен» [19]. К. Эрнст считает, что «все форматы ТВ – это развлечение. И новости – это тоже развлечение. Информационные программы люди смотрят как спектакль, поскольку сами они не живут той жизнью, которая показывается на экране, на них это реально не сильно влияет. Даже при просмотре познавательного фильма зрители, по большому счету, проводят время» [20]. Образовательные программы пользовались успехом в советский период, что можно объяснить низкими возможностями видеотехники – сегодня учебные видеоматериалы распространяются с использованием систем видеозаписи, вебинаров, потому исчезла надобность в широкой телевизионной трансляции учебных занятий.

Образовательные программы стали выходить в 50–60-е гг. В 1965 г. на Центральном телевидении был открыт специализированный канал, названный учебной программой. Его утренние программы были рассчитаны на школьников, дневные – на более широкую аудиторию, так как выходили за рамки учебной программы. Канал транслировал учебные передачи по эстетическому, правовому воспитанию, профориентации, факультативным занятиям, повышению квалификации учителей. Телевизионные уроки проводились в различных формах: лекций, бесед, инсценировок, очерков, экскурсий, репортажей. В 1991 г. передачи для школьников перестали выходить, учебный канал заменил культурно-просветительский четвертый канал «Российские университеты». После передачи частот канала компании НТВ «Российские университеты» превратились в рубрику, просуществовавшую до 1997 г., предлагавшую учебные занятия по иностранным языкам.

Сегодня функции образования аудитории частично взяло на себя спутниковое телевидение, например каналы «Дискавери», «Энимал плэнет». Что касается отечественных учебно-образовательных программ, то их транслирует канал «Культура».

Существует ряд программ образовательной направленности. По тематике, содержанию, функционально-целевому аспекту их можно разделить

на следующие виды: программы о путешествиях: «Непутевые заметки» с Дм. Крыловым («Первый канал»), «Их нравы» (НТВ); о здоровье: «Здоровье», «Малахов+» («Первый канал»), «Студия здоровье» («Россия»), «Без рецепта» (НТВ); исторические программы: «Гении и злодеи», «Искатели» («Первый канал»), документальные циклы; развлекательно-познавательные – программы, предлагающие в форме игры, шоу приобрести определенные навыки, знания, например сделать ремонт, приготовить новое блюдо и т. д.: «Смак», «Фазенда», «Контрольная закупка» («Первый канал»), «Кулинарный поединок», «Квартирный вопрос» (НТВ).

Анализ функций телевидения в советский и современный периоды показывает, что превалирование определенных функций связывается с развитием социума. Между тем система СМИ, являющаяся подвижной, модифицирующейся, может использоваться не в интересах отдельных институтов, а общества в целом [17; 18].

Таким образом, можно заключить, что СМИ могут реализовывать функции в различном объеме, при этом будут меняться их тематика, структура. СМИ предлагают аудитории именно тот контент, который поддерживается либо политическим, либо экономическим капиталом.

Библиография использованных источников:

1. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М. 1998. 223 с.
2. Прохоров Е.П. Введение в журналистику. М., 1988. 278 с.
3. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. М., 2004. 428 с.
4. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. М., 2004. 382 с.
5. Кравченко Н.П. Реализация новых функций журналистики в государственных СМИ // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2010. № 3. С. 70–75.
6. Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России. М., 2002. 176 с.
7. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005. 256 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.strana-oz.ru/2003/4/realnost-massmedia> (дата обращения: 28.11.2015).
8. Цуладзе А. Политические манипуляции, или покорение толпы М., 1999. 144 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://bookap.info/psywar/culadze/#o> (дата обращения: 28.11.2015).
9. Соловьев Г.М. Интенциональные доминанты в рамках корреляционной модели медиа и текста // Реклама и связи с общественностью : традиции и инновации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Ростов н/Д., 2014. С. 48–52.
10. Оломская Н.Н., Патюкова Р.В. Медиапространство: содержательно-функциональная реализация PR-дискурса // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Ростов н/Д., 2014. С. 295–299.
11. Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов н/Д., 2002. 272 с.
12. Смеюха В.В. Медиатизация общества: проблемы и последствия // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки. 2015. № 18. С. 38–43.
13. Юровский А.Я., Борецкий Р.А. Основы телевизионной журналистики. М., 1966. 360 с.
14. Смеюха В.В. Возникновение ростовского телевидения и его становление // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2010. № 2. С. 151–162.
15. Бусленко Н.И. Региональное телевидение: социологический портрет // Журналистика: социологические, правовые, политологические измерения. Избранные труды (1974–2004). Ростов н/Д., 2005. С. 106–120.
16. Розанова Ю.М. Телевидение и государство: теоретические модели взаимодействия и российская практика // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 1999. № 4. С. 107–122.
17. Шкондин М.В. Функциональная целостность медиасистемы // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2014. № 2. С. 144–149.
18. Шкондин М.В. Интегративные качества медиасистемы // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 2. С. 17–24.
19. Время новостей. 17.06.2004 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vremya.ru/2004/103/13/100776.html> (дата обращения: 28.11.2015).
20. Immortal Pictures. 15.04.2008 [Электронный ресурс]. URL: <http://immortalpicture.ucoz.ru/publ/4-1-0-7> (дата обращения: 28.11.2015).

References:

1. Siebert F., Schramm U., Peterson T. Four theories of the press. M., 1998. 223 p.
2. Prokhorov E.P. Introduction to journalism. M., 1988. 278 p.

3. Nazarov M.M. Mass communication and society. M., 2004. 428 p.
4. Zwick V.L. Television journalism. M., 2004. 382 p.
5. Kravchenko N.P. Implementation of new functions of journalism in the state media // Bulletin of Adyghe state University. Series 2 // Philology and art criticism. 2010. No. 3. P. 70–75.
6. Zwick V.L., Nazarova Y.V. Television news in Russia. M., 2002. 176 p.
7. Luhmann N. The reality of the mass media [Electronic resource]. M., 2005. 256 p. URL : <http://www.strana-oz.ru/2003/4/realnost-massmedia> (date of access: 28.11.2015).
8. Tsuladze A. Political manipulation, or the conquest of the crowd [Electronic resource]. M., 1999. 144 p. URL : <http://bookap.info/psywar/culadze/#o> (date of access: 28.11.2015).
9. Solovyov G.M. Intensional dominants within the correlation model media and text // Advertising & public relations: traditions and innovations: materials of the Intern. scientific and practical conf. Rostov-on-Don, 2014. P. 48–52.
10. Olomskaya N.N., Patyukova R.V. Media field: content and functional implementation of PR-discourse // Advertising & public relations: traditions and innovations: materials of the Intern. scientific and practical. conf. Rostov-on-Don, 2014. P. 295–299.
11. Korochensky A.P. «The Fifth power»? The phenomenon of media criticism in the context of the information market. Rostov-on-Don, 2002. 272 p.
12. Smeyukha V.V. Mediatization of society: issues and implications // Scientific statements of Belgorod state University. Humanities. 2015. No. 18. P. 38–43.
13. Yurovsky A.J., Boretsky R.A. Fundamentals of television journalism. M., 1966. 360 p.
14. Smeyukha V.V. The Emergence of Rostov television broadcasting and its formation // News of Southern Federal University. Philology. 2010. No. 2. P. 151–162.
15. Buslenko N.I. Regional television: a sociological portrait // Journalism: sociological, legal and political dimensions. Selected works (1974–2004). Rostov-on-Don, 2005. P. 106–120.
16. Rozanova Yu.M. TV and state: theoretical models of interaction and Russian practice // Vestnik. Mosk. Univ. Ser. 18. Sociology and political science. 1999. No. 4. P. 107–122.
17. Shkondin M.V. Functional integrity of media system // Izvestiya of Irkutsk state economic Academy. 2014. No. 2. P. 144–149.
18. Shkondin M.V. Integrative qualities of media systems // Theory and practice of journalism. 2014. No. 2. P. 17–24.
19. News time. 17.06.2004 [Electronic resource]. URL: <http://www.vremya.ru/2004/103/13/100776.html> (date of access: 28.11.2015).
20. Immortal pictures. 15.04.2008 [Electronic resource]. URL: <http://immortalpicture.ucoz.ru/publ/4-1-0-7> (date of access: 28.11.2015).

УДК 070.1

Хлопунова Оксана Викторовна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры издательского дела и медиатехнологий

Кубанского государственного университета

КОНВЕРГЕНТНЫЕ МОДИФИКАЦИИ СМИ В РЕГИОНЕ (на примере средств массовой информации муниципального образования город Новороссийск)

Аннотация: В статье рассматриваются особенности конвергентных модификаций СМИ в регионах на примере муниципального образования город Новороссийск. Описывается региональный опыт проникновения СМИ в digital-среду.

Ключевые слова: Конвергентные модификации, мультимедийная редакция, цифровые технологии, интернет-СМИ, веб-сайт, медиасреда, пиринговая модель.

Khlopunova Oksana Viktorovna

Candidate of Philology

Associate Professor of Department of Publishing Trade and Media Technologies

Kuban State University

CONVERGENT MODIFICATIONS OF THE MEDIA IN THE REGION (using the example of mass media in the municipal unit – the city of Novorossiysk)

Abstract: The article focuses on the features of convergent modifications of the media in the regions using the example of the municipal unit - the city of Novorossiysk. The regional experience of mass media penetration in digital environment is described.

Keywords: Convergent modifications, multimedia edition, digital technology, online media, website, media sphere, peer-to-peer model.

Тиражи бумажной прессы, как известно, падают. Федеральные издания уже работают в форме мультимедийной редакции. СМИ в регионах тоже претерпевают конвергентные модификации. Прогрессивные перешли к формату мультимедийной редакции, другие только входят в интернет-пространство. В рамках данной статьи хотелось бы рассмотреть СМИ г. Новороссийск на предмет адаптации к рыночным условиям и цифровым технологиям.

По тематической направленности СМИ Новороссийска можно классифицировать:

– издания общественно-политической направленности – газеты «Новороссийские вести», «Официальный Новороссийск», «Новороссийский рабочий», «Наш Новороссийск», «Деловой Новороссийск», «Первая городская газета»; журнал «Первый»; сетевые издания «Наш Новороссийск» (www.nnvrsk.ru), «Новороссийские известия», портал НОВОДАР (www.novodar.ru), «Муниципальная новостная лента» (www.ngnews.ru);

– издания рекламно-развлекательного характера – журнал «Coffe», «RIVIERA.Новороссийск», «Искусство потребления. Новороссийск», «Судьба», «Южный коктейль», «Путеводитель по Новороссийску», «Информационно-телефонный справочный Новороссийск»; газеты «С легкой руки», «Недвижимость Новороссийска. Удачный вариант», «Из рук в руки», «Курьер-Новороссийск», «Телесемь. Новороссийск», «В каждый дом Новороссийска», «Ваша газета»; интернет-издания «2ГИС Новороссийск», «Склад умов», «Ежедневные новости Новороссийска».

– ежемесячное издание религиозной направленности – газета «Новороссийские епархиальные ведомости», учредителями печатного СМИ является религиозная организация «Новороссийская епархия Русской православной церкви (Московский патриархат)».

Первое интернет-СМИ в г. Новороссийск появилось в 2006 г. Это портал «Муниципальная новостная лента», который не имел печатной версии. На момент запуска издания ниша оперативной сетевой журналистики в Новороссийске была совершенно свободна. Бизнес-модель представляла собой симбиоз собственного информационного агентства (30 заметок в день) и поддержку веб-

сайтов предприятий и организаций региона, наполнение ресурса информационно-рекламным содержанием, нацеленным не только на информирование, но и получение прибыли. Оказалось, что проект удовлетворял объективно возникающие потребности в свободном доступе информации. Развитие Интернета и цифровых коммуникаций изменило структуру потребления информации, и «Муниципальная новостная лента» ознаменовала важное событие в истории становления новороссийского сегмента интернет-СМИ. С этого момента Сеть стала рассматриваться как альтернативный канал для налаживания коммуникаций с целевой аудиторией.

С приходом Интернета часть традиционных СМИ города оказалась в растерянности, каждый стал искать свой формат и правила адаптации в новых условиях. Вызовы времени вынуждают редакции переносить центр своей активности в Интернет. Однако многие газеты в регионах работают по принципу Print first (делают бумажную версию газеты, а затем выкладывают материалы на сайт). Некоторые рассматривают сайт как электронную афишу или статическую визитку бумажного издания [1].

Во всех сельских округах Новороссийска есть свои муниципальные газеты, но они не работали интернет-версии печатного издания. Причина – малобюджетность. Проанализировав такие сайты муниципальных газет, как <http://www.novorab.ru/> – сайт газеты «Новороссийский рабочий», «Первой городской газеты» <http://www.pggazeta.ru>, сайт газеты «Наш Новороссийск» <http://www.nnvrsk.ru>, следует отметить низкий уровень адаптации к интернет-среде. Издания, финансируемые муниципальными бюджетами и фондами депутатских сельских округов, не торопятся перейти на новые рельсы, работая в рамках системы дотаций.

Электронные версии отмеченных выше участников медиасреды г. Новороссийск представляют по своей сути стандартный набор рубрик, передающих содержание бумажной версии газеты. Тем не менее выход газеты в сеть – это значительный шаг в создании и развитии информационного общества в муниципальном образовании.

Один из примеров конвергентных модифи-

каций в регионе демонстрирует электронное периодическое издание «Новороссийские известия» <http://www.novodar.ru>. С одной стороны, интернет-издание рассказывает о событиях оперативно (в тот же день, через несколько часов). Срок доставки информации значительно опережает ежедневные газеты. С другой стороны, учитывает популярность аудиовизуальных СМИ: размещает большое количество фотографий (рекорд – 412 фотографий в одном фоторепортаже). Формат портала резко отличается от других. Количество фото позволяет достигать эффекта присутствия читателя, пользователя на мероприятии, событии, о котором рассказывается в заметке. Еще один плюс – четкое структурирование всей информации портала по разделам с максимально облегченным визуальным доступом к каждому из них посредством графических модулей-ссылок. Ссылки не загромождают экран. Следует обратить внимание на отмечаемое преимущество «Новороссийских известий» – «зубастость», отсутствие «лакировки» событий. У цифровой аудитории наблюдается высокая текучесть и намного меньшая лояльность. Броскость, яркая подача, скорость переработки привлекают современную аудиторию.

Известно, что сегодня молодежь не читает газет и даже не смотрит телевизор, она «сидит» в социальных сетях. Ответом на вызовы времени является электронное периодическое издание города Новороссийска рекламно-развлекательного характера – «Склад умов» (<http://www.sklad-umov.ru/>). В 2009 г., когда сетевое издание начало свою работу, посещаемость была стабильной – 6000 посетителей в месяц.

И если создание сайта требует финансовых затрат, то создание группы в соцсетях требует только инициативности и креативности. Редакция «Склада умов» использует этот ресурс. Обсуждение тем на злобу дня, флешмобы, вывешивание альбомов мероприятий, обсуждения, опросы, игры. Например, «Лови момент» – прямое взаимодействие с аудиторией: участники ежедневно получают задание – сделать снимки на заданную тему. Важно то, что модератор группы – это пользователь, который на добровольных началах взаимодействует с редакцией. В результате удалось сформировать большой актив молодых людей, регулярно участвующих во всех мероприятиях редакции. Таким образом, используются пиринговые модели коммуникации [2]. Исследование существующих электронных ресурсов СМИ города показал, что лишь единицы целенаправленно используют Интернет как средство привлечения молодежи.

Первые шаги позиционирования себя в интернет-пространстве предприняли в Новороссийске «Первая городская газета», «Наш Новорос-

сийск», «Новороссийский рабочий», «Официальный Новороссийск» и другие. Стремясь выжить, «Первая городская газета Новороссийска» стала активно совершенствоваться, осваивать интернет-технологии и создавать собственные виртуальные выпуски в Сети. Сначала к оригинал-макету печатной версии в Сети добавлялись мультимедийные вставки, что позволило создать низкозатратную версию издания в Сети. Потребовалась небольшая команда специалистов и лицензии для создания и распространения издания от Adobe Digital Publishing Suite. Сегодня в Интернете существуют как сетевые СМИ, не имеющие офлайновых аналогов, так и интернет-издания, созданные традиционными средствами массовой информации. Издатель продумывает распределительные модели, совмещающие печатные и цифровые платформы с целью получить комбинированный продукт, удовлетворяющий потребности современного читателя.

Получает развитие гражданская журналистика *citizen journalism*, также известная как «журналистика участия», – это активное участие граждан в сборе, сообщении, анализе и распространении новостей и информации» (блогерство). Например, любой пользователь может отправить новость в специально отведенную колонку «народные новости» в интернет-портале «Первая городская газета» Одно из существенных проявлений гражданской журналистики заключается в том, что в ней участвует очень много блогеров, что характерно для «Муниципальной новостной ленты» и «Новороссийских известий».

Таким образом, модель мультиплатформенной редакции позволяет издателям не только ответить на вызовы сегодняшнего дня, но и дает возможность полностью переключиться на цифровые медиаканалы. И если «угасания» печатных медиа в будущем не избежать, то неплохо бы подготовить заранее технологическую базу.

Исходя из анализа особенностей функционирования интернет-СМИ и их роли в медиасистеме Новороссийска, можно утверждать, что данный вид СМИ является лишь переходным этапом в становлении региональной журналистики, но перспективным. Интернет дал реальную возможность прямого общения между структурами различных ветвей власти и населения. Сайты с интерактивными рубриками появились у правоохранительных органов и других всевозможных государственных структур. Новороссийской интернет-журналистике не хватает финансирования, кадровых и технических ресурсов. И необходимо время для адаптации. Однако журналистам в регионах придется догонять своих федеральных конкурентов быстрыми темпами, чтобы не остаться за бортом интернет-медиабизнеса [3].

Библиография использованных источников:

1. Кудий Г.Н. Российская пресса: вызовы времени // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 2 (14).
2. Шилина М.Г. Связи с общественностью корпорации в 21-м в.: прагматический аспект исследования // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 6.
3. Эггардт Л.В. Региональная интернет-журналистика: современное состояние и перспективы развития : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/regionalnaya-internet-zhurnalistika-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya#ixzz3pKLK1mm3> (дата обращения: 25.11.2015).

References:

1. Cudii G.N. Russian press: challenges of time // Journalist. Social communications. 2014. № 2 (14).
2. Shilina M.G. Public relations of the Corporation in the 21st century: pragmatic aspect of research // Bulletin of Moscow University. Ser. 10 Journalism. 2011. № 6.
3. Eckhardt L.V. Regional online journalism: current state and prospects of development. Diss. abstract for the Candidate of Philology. Tver, 2012. URL: <http://cheloveknauka.com/regionalnaya-internet-zhurnalistika-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya#ixzz3pKLK1mm3> (date of access: 25.11.2015).

Электронные СМИ в контексте массовой коммуникации

УДК 070

Соловьев Георгий Матвеевич

доктор филологических наук, профессор,

заведующий кафедрой электронных СМИ и новых медиа

Кубанского государственного университета

ОСОБЕННОСТИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОГО МЕДИАТЕКСТА: ПОПЫТКА ДИАГНОЗА

Аннотация: Статья имеет целью проследить, как социопсихологический фактор образа визуально-аудиальной информации влияет на трансформацию телевизионного медиатекста. Исходя из этого делаются концептуальные предложения по усилению корреляционной модели «адресант – адресат» в рамках современного телевидения, которые современный тележурналист может использовать как способ имплицитной авторефлексии.

Ключевые слова: медиатекст, массовая аудитория, эффективность журналистского воздействия, социопсихологический фактор, телесмотрение, имплицитная оценочность, визуально-аудиальный контакт.

Solovyov Georgy Matveevich

Doctor of Philology, Professor

Head of Department of Electronic Media and New Media Faculty of Journalism

Kuban State University

FEATURES AND LAWS OF PERCEPTING TELEVISION MEDIATEXT: ATTEMPT AT DIAGNOSIS

Abstract: This paper aims to see how the socio-psychological factor of the image of visual-audio information affects the transformation of the television media text. On that basis conceptual proposals are made to strengthen the correlation model «sender-recipient» in current television broadcasting that a modern journalist can use as a way of implicit self-reflection.

Key words: Mediatext, mass audience, the effectiveness of the journalistic impact, socio-psychological factor, TV viewing, implicit evaluativity, visual-audio contact.

Изучение влияния социопсихологического фактора образа телеинформации на характер корреляции формы медиатекста с информационными ожиданиями массовой аудитории, на наш взгляд, заслуживает особого внимания в рассмотрении современных механизмов перцепции и апперцепции. Неслучайно еще в отдаленном от нас 1981 г. Е.И. Пронин в своей монографии «Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия» прозорливо подмечал: «Для читателя журналистский текст является общим звеном одновременно трех (по крайней мере) контекстов восприятия социальной действительности: событийно-прогностического, культурно-исторического и идеолого-этического. На событийно-прогностический, культурно-исторический и идеолого-этический контекст сообщения внимание читателя переключается введением

в текст описаний, характеристик и упоминаний: 1) реалий действительности (фактов); 2) образов культуры и прецедентов истории (образ); 3) постулатов идеологии или норм морали (постулат). «Факт», «образ», «постулат» представляют собой константные элементы журналистского текста и выступают как элементарные выразительные средства журналистики...» [6, с. 84].

Таким образом, конкретизируя формат наших изысканий, борьба за аудиторию, которую ведут российские телевизионные каналы, представляет собой борьбу и с внешними конкурентами – альтернативными источниками информации (напр., набирающими популярность у массовой аудитории соцсетями), и с собственно способами организации телесмотрения. Каково же место телевидения в медиапространстве и жизни людей и на что могут рассчитывать производители теле-

визионного контента с точки зрения внимания телезрителей в современных условиях?

Здесь, по нашему убеждению, прежде всего необходимо учитывать растущую динамику процесса диверсификации медианосителей и увеличения медиапространства. При этом, как показывают исследования, рост медиапространства (например, числа доступных телеканалов) не сопровождается увеличением количества времени, которое население готово тратить на медиапотребление. Очевидно, что и в будущем увеличения времени, которое население готово тратить на потребление телевизионных медиа, ожидать не приходится, следовательно, конкуренция между телевизионными медиа будет развиваться на фоне ограниченного внимания аудитории и возможностей воздействия на нее.

Помимо обозначенных выше тенденций изменения медиапространства, влияющих на популярность телевидения, как мы уже подчеркивали ранее, в определенной степени изменяется и характер так называемых «взаимоотношений телезрителя и телевизора». Данный процесс обусловлен, на наш взгляд, двумя факторами: во-первых, изменяется сама роль телевидения в жизни человека; во-вторых, изменяется социально-демографическая структура телевизионной аудитории (при том, что существуют особенности телесмотрения, характерные для отдельных групп населения и это оказывает влияние на показатели аудитории в целом). К слову, различия в характере телесмотрения были впервые описаны П.А. Ковалевым в 2002 г. В своей тогдашней статье «Привычки телесмотрения, или Как мы смотрим телевизор» [2, с. 15] исследователь рассматривает основные типы телесмотрения и их соотношение с социально-демографическими параметрами аудитории. Отмечая изменение роли телевидения в жизни населения, автор статьи справедливо выделяет тот факт, что эти изменения формируют новые типы телесмотрения. В частности, по мере того, как телевидение перестает быть основным окном в мир для зрителя, очагом культуры и развлечений, все большее развитие получает так называемое фоновое телесмотрение. Фоновое телесмотрение необходимо рассматривать как процесс потребления телевизионного контента, сопровождаемый еще какой-либо деятельностью. То есть в таком формате корреляционных процессов внимание респондента полностью не уделено просмотру телепередач. По понятным причинам фоновое телесмотрение является прямой противоположностью сосредоточенному смотрению, которое – увы! – является, по мысли исследователя, уже «натурой уходящего дня».

По результатам проведенных социологических исследований, действительно, лишь 51 % респондентов предпочитает смотреть телевизор не

отвлекаясь, отложив все дела. Фоновое телесмотрение же, по итогам мониторинговых исследований, сегодня в наибольшей степени распространено среди аудитории в возрасте от 25 до 54 лет, т. е. потенциально наиболее активной в социальном плане части населения. И это не может не удручать телеведущих как модераторов общественного мнения. В чем же выход из создавшейся ситуации? Ведь П.А. Ковалев в своих изысканиях лишь констатирует данную негативную симптоматику, но не дает каких-либо прагматико-ориентированных рекомендаций по оптимизации корреляции «адресант – адресат» в рамках современного телесмотрения. Попробуем восполнить данную лакуну.

Начнем со следующего утверждения. Сегодня имплицитная оценочность медиафакта, по нашему мнению, основанному на эмпирических данных, становится одним из важнейших методов имиджевой телекоммуникации, направленной на создание сообщения, воздействующего сразу на двух уровнях: сознания и подсознания. Таким образом, продолжим данную мысль, реалистичность визуального ряда и подчиненные ей средства аудиального оформления (в формате закадровой начитки, синхрона и т. д.) не только снабжают информацией, но и одновременно воздействуют на чувства и воображение телезрителя. Что симптоматично, продуцированные при этом имплицитно-оценочные образы воспринимаются не символом, а реальной действительностью. Как верно подмечает в своих изысканиях И.И. Кравченко, в этом случае не возникает стремления критиковать или отвергать отражение смоделированной действительности; этот облик воспринимается практически без тени сомнения [3, с. 6].

Чем обусловлен столь парадоксальный на первый взгляд манипулятивный результат? Здесь мы всецело солидарны с точкой зрения С.Г. Карамурзы, заключающейся в том, что «телевидение мобилизует периферические системы внимания, что обеспечивает большую избыточность информации в центральной интегрирующей системе. Чем больше избыточность, тем меньше усилий требует восприятие сообщения» [1, с. 171].

Каковы же приемы, с помощью которых интерпретированный контент телевизионного медиатекста внедряется в сознание телезрителя? Во-первых, тележурналисты, в соответствии с типом своего канала, должны чаще создавать медиатексты, ориентированные на определенные слои аудитории и сегменты информационного рынка. Поэтому специалисты дифференцируют журналистские телематериалы на интегрирующие (интересные для всех) и на дифференцирующие (предназначенные для аудитории со специальными информационными запросами). Естественно, здесь необходим и продуманный расчет места той

или иной передачи в эфирной сетке – восприятие телевизионного медиатекста в форматах «prime time» и «lost time», как известно, имеет разный качественный уровень.

Во-вторых, телевидение, как медиаканал, устроено так, что посредством него зритель получает поток достаточно обрывочных сведений произвольного масштаба и свойства. Упомянутый выше исследователь П.А. Ковалев форматирует данный тип восприятия телевизионного медиатекста как «клиповый», хотя, пожалуй, точнее его – в силу проявленной деконцентрации информационного потока – было бы обозначить вслед за социопсихологом А. Модем как «тотально мозаичный» [5, с. 56]. С учетом данных реалий тележурналисту необходимо с особой тщательностью подходить к выбору контента и архитектурному построению новостных сведений. Ведь подчеркнем общеизвестное: в мире каждую секунду происходят миллионы событий, но предметом обсуждения становятся лишь те, которые попали в поле зрения массовой аудитории посредством СМИ (в нашем случае телевидения).

В-третьих, с учетом растущей динамики имплицитной оценочности телевизионного медиатекста коммуникатор должен уметь в рамках формирования общественного мнения «переложить ответственность на чужие плечи» за счет релевантности, декодируемости и экспрессивности образов транслируемого аудитории текста. Подчеркнем – оттого, в какой контекст будет помещен тот или иной факт, с помощью какой идеологически модальной лексики будет описан, от акцента на одних деталях и умолчания о других зависит результат коммуникативного резонанса. Недаром в монографии «Mass-Media: психологические

процессы и эффекты» Г.С. Мельник предложила свою схему восприятия информации в процессе так называемой интериоризации (перехода извне вовнутрь). Автор справедливо считает, что система восприятия автором анализируется через эффекты, что особенно важно для более полного раскрытия процессов психологического взаимодействия коммуникатора и реципиента [4, с. 49].

Подводя итоги анализа особенностей и закономерностей восприятия телевизионного медиатекста, можно выделить ряд тенденций, обуславливающих изменение характера взаимоотношений аудитории и телевидения. Подчеркнем их в формате резюме. Социально-демографическая структура формирует общие тенденции взаимоотношений ТВ и аудитории в силу различий типов телесмотрения в возрастных группах. Изменение состава аудитории тесно связано с меняющейся ролью телевидения в обществе и преобразования целей телевидения как медиа. Очевидно, что телевизионная система, состоящая из множества медиа, разнородной аудитории и ограниченная временем медиапотребления, продолжит свое преобразование. В данных условиях телевидение для удержания аудитории вынуждено будет все в большей степени учитывать интересы потенциальных зрителей, что уже сегодня проявляется в процессе диверсификации телевизионного предложения, оптимизации приемов имплицитной оценочности транслируемого медиафакта. И тогда действительно – как результат проделанных усилий – станет верным утверждение социолога М. Паренти: «Наше отношение к проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом определены теми, кто контролирует мир коммуникации» [Цит. по: 1, с. 124].

Библиография использованных источников:

1. Кара-Мурза С.П. Манипуляция сознанием. М., 2008.
2. Ковалев П.А. Привычки телесмотрения, или Как мы смотрим телевизор // Телефорум. 2002. № 8.
3. Кравченко И.И. Политические мифологии // Вопросы философии. 1999. № 1.
4. Мельник Г.С. Mass-Media: психологические процессы и эффекты. СПб., 1997.
5. Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973.
6. Пронин Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия. М., 1981.

References:

1. Kara-Murza S.P. Manipulation of Consciousness. M., 2008.
2. Kovalev P.A. TV viewing habits, or how we watch TV // Teleforum. 2002. № 8.
3. Kravchenko I.I. Political mythology // Problems of Philosophy. M., 1999. Charter 1.
4. Melnik G.S. Mass-Media: psychological processes and effects. SPb., 1997.
5. Mole A. Sociodynamics of culture. M., 1973.
6. Pronin E.I. Text factors of effective journalistic influence. M., 1981.

УДК 801.61

Сомова Елена Георгиевна

доктор филологических наук,

профессор кафедры электронных СМИ и новых медиа

Кубанского государственного университета

ЗВУКООБРАЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЭТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА

Аннотация: В статье на примере переводов стихотворений Р. Фроста рассматривается проблема выявления звукообраза в иноязычном поэтическом тексте, которая становится для переводчика ключом к декодированию идеостилья и творческого замысла автора.

Ключевые слова: звукообраз, поэтический текст, перевод, идеостиль, декодирование.

Somova Elena Georgievna

Doctor of Philology

Professor of Department of Electronic Media and New Media

Kuban State University

SOUND IMAGE AS AN INSTRUMENT OF THE POETICAL TRANSLATION

Abstract: The analysis of the translations of R. Frost's poems shows that the recognition of sound image in foreign poetical texts becomes for the translator the key to the decoding of ideostyle and creative thought of the author.

Keywords: sound image, poetical text, translation, ideostyle, decoding.

Многочисленные психолингвистические эксперименты позволяют утверждать, что «в нашем мозгу существуют не только смысловые, но и звуковые ассоциативные связи слов» [4, с. 189]. Обнаружение именно этих связей становится ключом к декодированию особенностей как идеостилья поэта, так и звукообраза, порождаемого отдельным стихотворением. С позиций психолингвистики различия в звуковой образной интерпретации могут быть обусловлены спецификой организации мозговой деятельности художников, особенностями «моделей ментальных репрезентаций различных типов» [7].

Как представляется, независимо от того, насколько осознанно воспринимаются читателем и выстраиваются автором в стихе те или иные фонические структуры, они все насыщены смысловой и эстетической информацией, одной из составляющих понимания которой становится декодирование специфики идеостилья автора. Обращение к выявлению различных применяемых автором стилистических приемов в области звука (паронимической аттракции, звукового параллелизма, поэтической этимологии и др.), иногда дополненный фоносемантическим изучением текста, позволяет обратиться к области бессознательного в поэтическом творчестве и обнаружить предпочтительные в творчестве того или иного художника фонические приемы и излюбленные звукоповторы [3].

Наиболее важно выявление ведущих звукообразов в текстах поэтических переводов. Можно предположить, что знание специфики формирования звукообраза помогает авторам переводов лучше осознать особенности переводимого ими поэтического произведения.

Сопоставление различных переводов одного стихотворения может базироваться на выявлении лакунарной информации оригинала с последующим анализом степени выраженности авторской имплицитности в переводе. С нашей точки зрения, наиболее сложным при этом становится сравнительное изучение фоностилистических структур перевода и оригинала, хотя именно звуковой тканью стихотворения обычно «кодируется» самая трудно эксплицируемая информация, позволяющая соотнести формальное и содержательное в творчестве поэта и его переводчика.

Фоностилистический подход предполагает обращение к выявлению различных применяемых автором стилистических приемов в области звука (паронимической аттракции, звукового параллелизма, поэтической этимологии и др.), иногда дополненный фоносемантическим изучением текста, позволяющим обратиться к области бессознательного в поэтическом творчестве. К сожалению, при сопоставлении авторского и переводного вариантов эта сфера нередко остается за пределами анализа, хотя ее рассмотрение может в сильной степени повлиять на оценку качества перевода.

Стихотворение Роберта Фроста «Stopping by the woods on a snowy evening», названное самим поэтом своим напоминанием потомкам - «my best bid for remembrance», представляется благодатной почвой для сопоставительного изучения его переводов, поскольку звуковая сторона оригинального поэтического текста изобилует важными для передачи эмоционально-образного содержания фоностилистическими приемами. Даже неискушенный в поэтике русский читатель, способный воспринять английский оригинал, попадает под

влияние звуковой волны стихотворения. Не случайно это программное произведение неизменно привлекает переводчиков.

Для сопоставления нами были выбраны переводы четырех отечественных авторов: Т. Гутиной, И. Кашкина, Г. Кружкова, О. Чухонцева.

Целью текстового анализа было сравнительное изучение фоностилистических структур переводов и оригинала, так как, с нашей точки зрения, именно звуковой тканью стихотворения обычно «кодируется» самая трудно эксплицируемая информация, позволяющая соотнести формальное и содержательное в творчестве поэта и его переводчика. Изучение фонетики переводов показывает, что она тесным образом связана с содержательными интенциями поэтических произведений.

Анализ показал, что переводчики, в большей степени обращающие внимание на звуковую сторону стихотворения Фроста, стремятся к более поверхностной трактовке содержания оригинала. Они пытаются предельно точно передать ритмические особенности и фонические структуры произведения, рассматривая его как образец пейзажной лирики и умышленно отказываясь от скрытой философски-метафорической трактовки оригинала. Особенно удачная адаптация фоностилистических приемов английского оригинала для русской аудитории отмечается у И. Кашкина, который типичные аллитерации английской поэзии, включающие [f], [h], [t], [s], заменяет на привычные для русского читателя [н], [р] или создает звукоподражательный эффект, применяя свистящие и шипящие [с], [ш], [ж] – «И наста слышен легкий хруст, припорошенного снежком» («The only other sound's the sweep of easy wind and downy flake»).

Во всех переводах отмечено применение аллитерации [л], которая, по данным исследователей [2], [5], одинаково присуща русской и английской поэтической речи.

Погоня за звуковым подобием нередко приводит авторов к стилистическим и содержательным просчетам. Так, стремление сохранить размер, рифму и аллитерация оригинала заставляет О. Чухонцева перевести «little horse» как «лошаденка», придав этим несколько презрительно-уничижительную трактовку текстовому содержанию. Такой же диссонирующий эффект производит метафора Г. Кружкова «мягких хлопьев толкотня», где просторечное «толкотня» «выпадает» из достаточно серьезного контекста (у Р. Фроста читаем «easy wind and downy flake» – «легкий ветер и пушистые снежинки»).

Ритмический план стихотворения: четыре условных катрена, повторяющийся размер и своеобразная рифма (последнее слово каждой третьей строки катрена задает рифму следующему четверостишью, не рифмуясь внутри своего четверостишья), формирующие содержание, сохранены всеми

переводчиками. Но одно это не помогает переводам передать неуловимую прелесть произведения Р. Фроста. Анализ переводов позволяет утверждать, что в оригинальном и иноязычных поэтических текстах заложены различные информационные программы, рассчитанные на читателей с разным тезаурусом.

Особые трудности для переводчиков создаются спецификой английских аллитераций, которые составляют базовый прием стихотворения Р. Фроста. Звуковые повторы в тексте поддержаны нетипичными для русского поэтического языка фонографическими возможностями английской речи. Слова в стихотворной английской строке могут объединяться одновременно и звуковым, и графическим повтором или только графикой, поскольку имеет место неадекватность английского письма и произношения. Например, в строке «whose woods these are I think, I know» повтор [w] обнаруживается лишь в графической форме.

Поскольку адекватного перевода достичь в принципе невозможно, с нашей точки зрения, задачей переводчика становится перекодировка исходной информации на другой язык, т. е. оптимальное воспроизведение в переводе исходной системы и создание на ее основе новой. В результате при переводе неизбежно происходит утрата части исходной информации и порождение новой поэтической информации. Главное, чтобы при переводе редуцировались не самые значимые для произведения элементы.

Так, фоностилистический анализ стихотворения Р. Фроста позволяет обнаружить тот базовый компонент текста, который, став связующим между формальной и содержательной стороной произведения, может лечь в основу формирования переводчиком адекватного поэтического образа.

Мы исходим из выдвинутого когда-то Д.И. Выгодским тезиса о влиянии на поэтическое творчество звукообраза, подразумеваемого как «определенный комплекс звуков, который, заполняя в данный момент сознание поэта, заставляет его подбирать в произведении звуки, тождественные или аналогичные имеющимся в комплексе» [1], иначе, ключевой звукобуквенный образ. Можно предположить, что знание специфики формирования звукообраза помогает пониманию особенностей идеостиля поэта.

Анализ орнаментальных повторов в стихотворении Р. Фроста позволяет выявить анаграммирование как ведущий идеостилевый прием. В тексте выделяются два ключевых слова, которые выстраивают всю звуковую ткань стиха: «woods» – «лес» (словообраз начала текста) и завершающее текст слово «sleep» – «сон». Многочисленные ассоциации, вызываемые этими словами, обусловлены поэтической традицией и помогают декодировать глубинный

смысл стихотворения, которое, на первый взгляд, представляет собой простое описание пейзажных впечатлений остановившегося в пути человека.

Как обнаруживается, все аллитерации стихотворения, кроме традиционно излюбленных в английском поэтическом языке [t], [s], [h], [f], восходят к звуковому составу слов-ключей. Кроме того, обнаружено, что количество употреблений [o], [e] в стихе значительно превышает их среднестатистическую частотность в обычной речи.

Очевидно, как сами слова «лес» и «сон» («спать»), так и их звуковой состав могут быть определены как наиболее важные для перевода. Тем более что в русской поэтической традиции существует употребление этих слов в иносказательном метафорическом смысле как «утрата ориентиров» и «смерть», столь существенное для содержания изучаемого стихотворения.

Как представляется, наполнение переводного текста ключевыми словоформами и соответствующими фоническими структурами может сигнализировать о степени компенсации лакунарности и продуктивности сотворчества переводчика и автора.

В ходе анализа нами была составлена таблица (таблица 1), где представлена частотность употребления входящих в состав слов «лес» и «сон» графем. С учетом того, что средняя частота встречаемости графемы в стихе составляет приблизительно 16 раз, мы можем определить, в каком переводе наиболее удачно представлена частотность ведущих фонических структур.

Самое неудачное соотношение частотности доминирующих графем обнаруживается у Г. Кружкова и И. Кашкина (у них фоностилистика активны лишь две ключевые графемы). У остальных авторов представлено по три доминирующих графемы.

Таблица 1 – Частотность ведущих фонических структур в пяти переводах

Автор	Частотность ключевых графем				
	Л'	Е	С	О	Н
Т. Гутина	12	24	11	26	20
О. Чухонцев	14	35	10	31	9
Г. Кружков	12	23	11	36	10
И. Кашкин	10	23	11	25	13

Таблица 2 – Частотность употребления слов-ключей в переводах

Автор	Слова-ключи	
	Лес	Сон
Т. Гутина	3	2
О. Чухонцев	2	0
Г. Кружков	2	1
И. Кашкин	1	0

Отдельно составлена таблица частотности в переводах самих ключевых словоформ «лес» и «сон» (таблица 2).

Наиболее удачным представляется количественное соотношение слов-ключей в переводе Т. Гутиной, тогда как самым неадекватным может быть назван звукообраз И. Кашкина.

Исходя из проведенного анализа, из пяти переводов в наибольшей степени в резонанс с авторским текстом попадает стихотворение, созданное Т. Гутиной, поскольку в нем в наибольшей степени представлены фоностилистика приемы, важные для идеостили Р. Фроста. Фонические структуры оригинала и перевода одинаково нацелены на создание в тексте максимальной «тесноты стиховых рядов» [6], что в сильной степени способствует парадоксальному возрастанию смысловой и эстетической информации.

Безусловно, фоностилистика адекватность служит лишь одним из показателей качества перевода, но она в сильной степени помогает оценить его способность стать достоянием иноязычной поэтической системы.

Библиография использованных источников:

1. Выгодский Д.Л. Из эвфонических наблюдений // Пушкинский сборник. М.; Пг., 1923.
2. Гальперин И.Р. Информативность единиц языка: пособие по курсу общего языкознания. М., 1974.
3. Жирмунский В.М. Теория стиха. М., 1975.
4. Кондратов А.М. Звуки и знаки. М., 1978.
5. Сомова Е.Г. Звукообраз стихотворения Э. По «Ворон» в восприятии русского читателя // Культурная жизнь Юга России. 2012. № 2 (45). С. 45–47.
6. Тынянов Ю.Н. Проблема стихотворного языка. М., 1965.
7. Шабес В.Я. Речь и знание. СПб., 1992.

References:

1. Vygodskiy D.L. From euphonic observations // Pushkinskiy collection. M.-Pg., 1923.
2. Galperin I.R. Informative units of language: Textbook on General linguistics course. M., 1974.
3. Zhirmunskiy V.M. The Theory of the verse. M., 1975.
4. Kondratov A.M. Sounds and signs. M., 1978.
5. Somova E.G. Sound image in E. Poe's poem «The Raven» in the perception of Russian readers // Cultural life of the South of Russia. KSUCA. 2012. № 2 (45). P. 45–47.
6. Tynyanov Y.N. The Problem of the Poetical language. M., 1965.
7. Shabes V.Y. Speech and knowledge. SPb., 1992.

Реклама и PR: информационное поле

УДК 304.444

Немец Георгий Николаевич

кандидат филологических наук, доцент,

магистр педагогики, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью

Кубанского государственного университета

ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ КАК КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ СИСТЕМА

Аннотация: В статье описывается специфика использования принципов паблик рилейшнз как концептуальной системы. Показана системная специфика средств PR-коммуникаций, указана связь между технологиями PR-деятельности и качеством социального управления. Использование паблик рилейшнз в сети Интернет характеризует базисный PR-субъект с позиций сетевой идентификации.

Ключевые слова: паблик рилейшнз, концептуальная система, PR-деятельность, технологическая специфика, PR-коммуникации, сетевая идентификация

Nemets Georgiy Nikolaevich

Candidate of Philology

Master of Pedagogics Associate Professor of Department of Advertisement and Public Relations

Kuban State University

PUBLIC RELATIONS AS A CONCEPTUAL SYSTEM

Abstract: This paper describes specific features of using the principles of public relations as a conceptual system. It shows the system specificity of PR-communication instruments. The author points out the connection between PR-technologies and the quality of social management. Using public relations in Internet characterizes the basic PR-subject from the perspective of the network identity.

Key words: public relations, conceptual system, PR-activity, technological specificity, PR-communications, network identity.

*Пиар есть искусство приобретать друзей
и оказывать влияние на людей.*

Джерemi Тансталл

Современные социальные отношения нуждаются в постоянной оптимизации. В связи с этим общество выбирает целую систему средств поддержки необходимого уровня развития социальных институтов, одним из которых являются связи с общественностью, обладающие собственной субъектной сферой и коммуникативным потенциалом.

По мнению А.Д. Кривоносова, субъект PR – «субъект публичной сферы, на оптимизацию коммуникативной среды которого направлена деятельность определенной PR-структуры», другими словами, это «заказчик», «инициатор», а также «исполнитель PR-деятельности». Следовательно, субъектное пространство связей с общественностью не является однородным – это субъект-заказчик в качестве «базисного субъекта PR» и субъект-исполнитель как «технологический субъект PR [9, с. 31, 34]. Совершенно очевидно, что паблик рилейшнз носит одновременно и субъек-

тно-субъектный (по отношению к организации), и субъектно-объектный (по отношению к общественности) характер.

По утверждению Ю.А. Данилиной, технологическая специфика паблик рилейшнз проявляется «в субъектной опосредованности (апелляция к третьим лицам) и декларированной искренности обращения», выражением коммуникативного аспекта которых выступает иногда «невозможная идентификация инициатора коммуникации получателем сообщения» [6, с. 18]. При этом СМИ способны становиться «одним из важнейших механизмов, обеспечивающих функционирование региональных административных и общественных структур» [18, с. 4]. СМИ выступает в качестве одного из структурно-функциональных элементов PR-коммуникации, обеспечивающих реализацию функций социального контроля и формирования повестки дня. Более того, это одна из целевых аудиторий организации, обеспечивающая доступ к остальным целевым аудиториям.

А.В. Кочеткова считает, что главным принципом связей с общественностью можно считать принцип социальной ориентации. Кроме него, ею

выделяются еще такие, как принцип открытого информирования (информация подается в полном объеме), принцип обратной связи (установление каналов обратной связи, получение по ним информации), принцип коллегиальности (принятие решений после совместного обсуждения) и принцип научной обоснованности (действие на основе познания и объективных закономерностей) [8, с. 39–41]. Доминирование принципа социальной ориентации говорит о контекстуальной обусловленности деятельности по связям с общественностью, а использование других – диктует коммуникативные ее особенности и, как следствие, адресный характер. Научный характер деятельности по связям с общественностью обусловлен, с одной стороны, креативной (творческой) природой самой деятельности, а с другой – необходимостью использования инновационных маркетинговых подходов в условиях конкуренции.

Можно говорить о разной роли паблик рилейшнз в организации: с точки зрения ее маркетинга и с точки зрения ее менеджмента. Так, Т.М. Орлова выделяет пять моделей, характеризующих взаимоотношения PR и маркетинга: 1) отдельные функции («PR и маркетинг разделены в своих функциях и возможностях»); 2) разные, но пересекающиеся функции («маркетинг и PR являются важными, но отдельными функциями, имеющими сферы пересечения»); 3) маркетинг как доминирующая функция («PR должен быть поставлен под контроль маркетинга компании»); 4) PR как доминирующая функция («PR контролирует маркетинг»); 5) маркетинг и PR как схожие функции («PR и маркетинг вместе работают над выяснением потребностей и сегментацией рынка, формируют имиджевые программы и обеспечивают управленческий процесс») [16, с. 153–154]. При таком многообразии подходов мы можем говорить о следующих способах организации деятельности по связям с общественностью: 1) PR-отдел в организации, отвечающий за стратегическое развитие и принятие решений; 2) PR-отдел в организации, наряду с отделом маркетинга, отвечающий за установление доверительных отношений с потребительскими группами; 3) сотрудник маркетингового отдела, в обязанности которого входит поддержание необходимых коммуникативных связей с общественностью; 4) PR-отдел в организации, в котором есть сотрудник, отвечающий за разработку рыночной стратегии в условиях конкуренции. Легко видеть, что и доминирование маркетинга, и доминирование паблик рилейшнз может свидетельствовать о различных организационных схемах управления репутацией организации. Нами сознательно в работе был опущен аспект аутсорсинга в паблик рилейшнз, поскольку это отдельная тема в аспекте развития маркетинга услуг (концепция услуги,

стандарты услуги, коммуникативные каналы, коммуникационные эффекты), требующая более подробной разработки.

Выделяют задачи PR, решаемые в рамках маркетинговых коммуникаций: 1) оценка воздействия организации на общественное сознание, отслеживание медиапосланий; 2) выявление противоречий в развитии организации и их нейтрализация; 3) поддержание оптимального социального имиджа организации; 4) формирование внутренней корпоративной культуры [14, с. 265]. Связи с общественностью в комплексе маркетинговых коммуникаций отвечают за создание атмосферы доверия между организацией и потребительскими группами (1), стремятся построить и поддержать ее рыночную репутацию (2); формируют и поддерживают необходимый уровень организационной культуры (включая корпоративную культуру и организационное поведение) (3); оптимизируют и стимулируют развитие различных социальных институтов и процессов (4).

При этом паблик рилейшнз выступает как один из видов организационной деятельности. В.В. Глухов выделяет восемь принципов организационной деятельности: 1) приоритет человеческого фактора; 2) наличие профессиональной этики; 3) наличие стратегии развития; 4) оперативное решение текущих проблем; 5) создание благоприятного психологического климата (корпоративной культуры); 6) поддержка минимального числа уровней управления; 7) развитие самостоятельности у сотрудников; 8) активная рыночная позиция [4, с. 37]. Связи с общественностью как один из элементов организационной деятельности предприятия отвечают за его общую идеологию, создавая при этом благоприятную коммуникативную среду для производственных сил и производственных отношений, а также оптимизируют различные уровни управления организации как системы.

Сама же организация и соответствующая ей целевая аудитория в различных научно-профессиональных парадигмах понимается по-разному. В парадигме менеджмента – это «социальный институт» и «внешняя/внутренняя среда» [3, с. 189–190], в парадигме маркетинга – это рыночный субъект, ориентированный на «совокупность потенциальных или существующих покупателей или потребителей» [17, с. 327], а в парадигме паблик рилейшнз – это «любой субъект социальной деятельности», на который «направлено социальное действие» [5, с. 19]. В этом случае профессионально-методологические различия в определении базовых понятий деятельности сводятся к тому, что при сохранении общей социальной природы паблик рилейшнз как общественного института профессиональная методология менеджмента опирается на PR как на средство оптимизации комму-

никативной среды, методология маркетинга – как на коммуникативную технологию, а методология паблик рилейшнз как на предметную деятельность по созданию репутации.

По мнению С.О. Белякова, информационная политика организации строится таким образом, что сами приемы репутационного менеджмента позволяют «существенно укрепить позиции предприятия на рынке», «поддерживать уровень доверия партнеров и потребителей, сократить расходы на рекламу», а также определять «конкурентные преимущества», являясь «мощным фактором развития корпоративной культуры» [2, с. 3]. При этом подчеркивается ценностная доминанта репутации и технологическая специфика имиджа субъекта.

Стоит отметить, что ведущую роль в формировании имиджа базисного PR-субъекта играет виртуальное пространство, в котором формирование личностной идентичности «трансформируется в соответствии с возможностями коммуникационных практик Интернет» [12, с. 9]. В связи с этим можно говорить о сетевой идентичности базисного субъекта, которая представляет собой «составная часть социокультурной идентичности личности», общность, осуществляющая деятельность «в информационно-коммуникативных средах, «степень отождествления себя с «людьми сети» [1].

Осуществляя посредническую функцию между организацией и общественностью, паблик рилейшнз выступает как один из элементов медиавоздействия на адресата. Инструментом такого медиавоздействия, которое несет функцию вторичной социализации, выступает медиатекст как коммуникационное средство. Г.В. Лазутина определяет медиатекст (журналистское произведение) как систему отношений: 1) семантических (отношения, характеризующие сведения, регистрирующие «круг жизненных явлений, отображаемых в произведениях»); 2) прагматических («использование произведения потребителем») и 3) синтаксических (отношения, возникающие между «текстом как объектом действительности, представляющим собой единое целое, и отдельными его элементами» и задаваемые «идейно-тематическим замыслом произведения») [11, с. 59]. Ю.А. Луговая говорит о том, что медиатекст выступает «отражением бытия медиакультуры в современном мире, носителем ее смыслов, ее составной частью наряду с ритуалами, навыками, актами мини-коммуникации». При этом сам опыт социализации посредством СМИ можно назвать сформированной медиакультурой, которая реализуется в трех основных методологических значениях: Медиакультура-1 («сложноорганизованная саморазвивающаяся система, которая может проявлять себя в следующих формах: а) как система образов и ценностей, созданная СМИ; б) культура аудитории, включающая в себя воспри-

ятие массмедийной информации, умение ориентироваться в информационном пространстве, навыки отбора необходимых знаний, полученных на СМК; в) индивидуальная культура журналиста, проявляющаяся в профессиональной деятельности; г) как реконструкция реальной культуры, ее отражение в зеркале массмедиа»), Медиакультура-2 («бесконечное число медиатекстов, объединенных потоком массовой коммуникации») и Медиакультура-3 («самостоятельное социально-информационное явление») [13, с. 126–127]. Медиатекст, играя посредническую роль в коммуникативном процессе, способен выполнять маркетинговую функцию: создание устойчивого образа рыночного субъекта в сознании потребителя.

Медиакультура, которая, в свою очередь, в концептуальном плане является медиасферой, обладает структурированной интенциональностью. Можно выделить пять типов интенций: 1) информировать; 2) разъяснять с опорой на анализ и оценки; 3) убеждать, рационально и эмоционально воздействуя; 4) развлекать; 5) привлекать и побуждать [19, с. 32]. Сама природа интенциональности медиакультуры предполагает наличие в ней социальной интеракции, указывающей на качество социологического мышления журналиста как носителя социально-культурного знания. В.И. Кузин отмечает, что социологическое мышление по своей природе «альтернативно, плюралистично, иронично по отношению к самому себе, оно допускает разные пути к истине и ставит под сомнение первородство факта над теоретическим знанием и, самое главное, – способно глубоко вскрывать причинно-следственные связи как между фактами, так и между порождающими их процессами» [10, с. 122]. Результатом такого мысленного акта становится возникновение социальных мифов, которые в коммуникативном плане оказывают значительное воздействие на «общественное сознание и выбор моделей социального поведения» [7, с. 11]. Эти мифы способны транслировать дискурсы определенного типа, регулирующие социальное поведение индивидов. Продуктом такого мифотворчества становится медиаимидж – «образ, создаваемый средствами массовой информации, редакциями, журналистами и другими представителями массовых коммуникаций в целях привлечения внимания к объекту имиджирования» [15, с. 61]. Медиаимидж как продукт медиакультуры формируется посредством медиатекста, который вносит дополнительные коннотации в формирование целой системы образов, влияющие на поведение потребителей (информации, товаров, услуг).

Таким образом, опираясь на вышесказанное, можно прийти к следующим выводам:

1. Медиакультура как социальное явление

приобретает особое звучание в условиях рынка. Во-первых, инструментом формирования медиакультуры становится медиатекст, который в расширительном значении становится маркетинговым текстом, формирующим устойчивые рыночные образы. Во-вторых, медиаимидж как продукт медиакультуры выходит за пределы существования массмедиа как таковых и принадлежит целой системе «образных посредников» (Г.М. Маклюэн) – книги, кинематограф, Интернет и др.

2. Паблик рилейшенз в системе медиакультуры становится многоаспектным явлением. Менеджмент как искусство управления организационными системами опирается на данные паблик рилейшенз как средство создания благоприятной репутационной среды как внутри организации, так и за ее пределами. Маркетинг как система технологий управления рыночными отношениями использует связи с общественностью для создания атмосферы доверия по отношению к организации и ее продуктам (товары, услуги).

3. Использование паблик рилейшенз в различных концептуальных системах свидетельствует о многофакторности самого феномена. Среди факторов, влияющих на развитие данного феномена, можно выделить следующие: 1) социально-культурная обусловленность (оценка PR-действия в контексте определенных традиций – социальных, культурных, профессиональных); 2) маркетинговая ценность (оценка PR-действия в контексте рыночной позиции организации); 3) организационная значимость (оценка PR-действия в контексте общей организационной культуры предприятия или проекта); 4) информационная открытость (использование каналов коммуникации для пере-

дачи объективной информации без искажений в интересах самой организации).

4. Специфика использования паблик рилейшенз в виртуальном пространстве характеризуется сетевой идентичностью базисного PR-субъекта. В этом случае социально-культурная обусловленность трансформируется в виртуальную социально-культурную обусловленность, в которой традиция выступает не как маркер идентичности, а как условная рыночная позиция, позволяющая не «найти себя в системе», а лишь быть в ней обозначенной. Маркетинговая ценность базисного субъекта в виртуальном пространстве характеризуется не только его рыночной позицией, но и стереотипностью, массовостью его спроса. Организационная культура интернет-проектов такова, что управление ресурсами разного рода ведется модераторами и системными администраторами, регулирующими контент, численность аудитории и особенности работы виртуального сообщества – «паблика». Информационная открытость виртуального пространства нарочито усиливается гипертекстуальностью контента ресурса. Социальные сети позволяют не только создавать благоприятный образ организации или продукта, но и транслировать и поддерживать соответствующую систему ценностей, образ мышления и тип потребления. Например, социальная сеть ВКонтакте предлагает товары и услуги в соответствующих пабликах через обмен ссылками и репосты, а в Одноклассниках эта информация подается в Ленте новостей на общей стене. В первом случае мы можем говорить о большей социальной активности потребителя, поскольку он стремится сам к распространению данной информации, а не являться пассивным участником коммуникации.

Библиография использованных источников:

1. Астафьева О.Н. Виртуальные сообщества: «сетевая» идентичность и развитие личности в сетевых пространствах [Электронный ресурс]. URL: http://deviantology.net/files/Virtualnye_soobshchestva_setevaya_identichnost_i_razvitie_lichnosti_v_setevyh_prostranstvah.pdf (дата обращения: 10.03.2014).
2. Беляков С.О. Информационная политика компании в условиях преодоления репутационного кризиса : дис. ... канд. филол. наук. М., 2014. 504 с.
3. Глухов В.В. Менеджмент. СПб., 2009. 608 с.
4. Гундарин М.В. Книга руководителя PR: практические рекомендации. СПб., 2009. 336 с.
5. Данилина Ю.А. Трансформация коммуникативных технологий на современном этапе развития информационного общества (на примере рекламы и «паблик рилейшенз») : дис. ... канд. социол. наук. М., 2009. 33 с.
6. Каирова И.А. Социальное мифотворчество в современном российском медиапространстве : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д., 2012. 27 с.
7. Кочеткова А.В. и др. Теория и практика связей с общественностью. СПб., 2009. 240 с.
8. Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. СПб., 2010. 384 с.
9. Кузин В.И. Социологическое мышление журналиста // Социология журналистики. М., 2004. С. 109–140.
10. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2004. 240 с.
11. Летов Е.В. Сетевая идентичность в контексте культурных процессов информационного общества : дис. ... канд. филос. наук. М., 2014. 22 с.

12. Луговая Ю.А. Диалектика текста массовой коммуникации в медиакультурном измерении // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. Часть 1. Воронеж, 2012. С. 126–127.
13. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. СПб., 2009. 384 с.
14. Морозова Т.А. Медийная концепция имиджа города: теоретико-методологические основы исследования : монография. Краснодар, 2012. 177 с.
15. Орлова Т.М. Паблик рилейшнз // Маркетинг: большой толковый словарь. М., 2010. С. 153–154.
16. Панкрухин А.П. Целевая аудитория // Маркетинг: большой толковый словарь. М., 2010. С. 327.
17. Хлыстунов С.Ю. Средства массовой информации в условиях российского общества в условиях идеологической глобализации: социологический подход : дис. ... д-ра социол. наук. Саратов, 2007. 43 с.
18. Шмелева Т.В. Жанр в современной медиасфере // Жанры речи : сборник научных статей. Вып. 8: Памяти Константина Сергеевича Седова. Саратов ; М., 2012. С. 26–37.

References:

1. Astafyeva O.N. Virtual communities: «net» identity and development of person in Internet Spaces // URL: http://deviantology.net/files/Virtualnye_soobshchestva_setevaya_identichnost_i_razvitie_lichnosti_v_setevyh_prostranstvah.pdf [date of access: 10.03.2014].
2. Belyakov S.O. Information politics of company under the conditions of overcoming the reputational crisis : diss. for the candidate of philology. М., 2014. 504 p.
3. Glukhov V.V. Management. SPb., 2009. 608 p.
4. Gundarin M.V. The Book for PR-chief : practical recommendations. SPb., 2009. 336 p.
5. Danilina Y.A. Transformation of communicative technologies at the modern stage of the development of information society (according to advertising and «public relations») : diss. for the candidate of sociology. М., 2009. 33 p.
6. Kairova I.A. Social myth creation in modern Russian media space : diss. abstract for the candidate of philosophy. Rostov-on-Don, 2012. 27 p.
7. Kochetkova A.V. et al. Theory and practice of public relations. SPb., 2009. 240 p.
8. Krivososov A.D., Filatova A.G., Shishkina M.A. Basic theory of public relations. SPb., 2010. 384 p.
9. Kuzin V.I. Social thinking of a journalist // Sociology of journalism. М., 2004. P. 109–140.
10. Lazutina G.V. Basics of a journalist's creative activity. М., 2004. 240 p.
11. Letov E.V. Net identity in the context of culture processes in information society : diss. for the Candidate of philosophy. М., 2014. 22 p.
12. Lugovaya Y.A. Dialectics of mass communication text in a media cultural dimension // Problems of mass communications: new aspects. Vol. 1. Voronezh, 2012. P. 126–127.
13. Maslova T.D., Bozhuk S.G., Kovalik L.N. Marketing. SPb., 2009. 384 p.
14. Morozova T.A. Media conception of city image: theoretical and methodological foundations of research: monograph. Krasnodar, 2012. 177 p.
15. Orlova T.M. Public Relations // Marketing: big explanatory dictionary. М., 2010. P. 153–154.
16. Pankrukhin A.P. Target Audience // Marketing: big explanatory dictionary. М., 2010. P. 327.
17. Khlystunov S.Y. Mass Media under conditions of Russian society in ideological globalization: sociological aspect : diss. ... for the doctor of sociology. Saratov, 2007. 43 p.
18. Shmeleva T.V. Genre in contemporary media space // Genres of Speaking: Collection of science papers. Vol. 8: To the Memory of Konstantin Sergeyevich Sedov. Saratov ; М., 2012. P. 26–37.

Литературоведение и критика

УДК 82.09

Демина Людмила Ивановна

доктор филологических наук, профессор

кафедры рекламы и связей с общественностью

Кубанского государственного университета

И.А. БУНИН И Б.П. ЕКИМОВ О СУДЬБЕ РУССКОЙ ДЕРЕВНИ

Аннотация: В статье рассматривается взаимосвязь в осмыслении деревенской темы в творчестве И.А. Бунина и Б.П. Екимова. Выявляются ее важнейшие составляющие, связанные с духовно-нравственным потенциалом героев и сохранением национальной русской культуры.

Ключевые слова: деревенская проза, взаимосвязь, духовность, нравственность, культура.

Demina Lyudmila Ivanovna

Doctor of Philology, Professor

of Department of Advertisement and Public Relations

Kuban State University

I.A. BUNIN AND B.P. EKIMOV ABOUT THE FATE OF THE RUSSIAN VILLAGE

Abstract: The article examines the interrelation in understanding rural themes in the works of I.A. Bunin and B. P. Ekimov. The research reveals the most important components related to the spiritual and moral potential of the characters and the preservation of Russian national culture.

Keywords: village prose, interrelation, spirituality, morality, culture.

Известным является факт, что истоки художественного освоения деревенской темы в русской литературе уходят вглубь столетий. В художественном пространстве произведений А.С. Пушкина, Н.В. Гоголя, И.С. Тургенева, Н.С. Лескова, Л.Н. Толстого, А.П. Чехова и других русских писателей жизненный уклад деревни занимает важное место. На протяжении XIX – начала XX в. вопрос о судьбах крестьянства был неотделим от духовно-нравственных исканий русских писателей и от вопроса о судьбе России в целом.

Огромная социальная содержательность художественного материала, связанного с судьбой деревни, сопровождает эту тему в литературном процессе. Подтверждением являются опубликованные в свое время письма А. Энгельгардта «Из деревни. 12 писем (1872–1887 гг.)», которые подчеркивают значимость поставленной проблемы для того времени. В них автор прежде всего привлекает внимание общественно-политических деятелей и писателей к ситуации, которая стала складываться в деревне. В своих письмах он со всей остротой и беспристрастностью рассказывает о нищете и голоде в деревне, о безысходности крестьянского существования, о необходимости перемен и надеется, что они будут способствовать возрождению русской деревни.

Можно сказать, письма А. Энгельгардта способствовали началу большой и продолжитель-

ной дискуссии о судьбе деревни, участниками которой стали политики, социологи, историки, писатели, публицисты. И.А. Бунин один из первых включился своими произведениями в обсуждение этого вопроса. Известно, что его творческие поиски первого десятилетия XX в. были подготовлены событиями предыдущих десятилетий, когда в общественной жизни активно обсуждался крестьянский вопрос. Ответом на него стали не только «Деревня» (1908–1910) и «Суходол» (1911), но и другие произведения, в них писатель философски осмысливает судьбу деревни и всей России.

Деревенская тема в творчестве И.А. Бунина достаточно глубоко исследована в работах Ю.И. Айхенвальда, Г.М. Благасовой, Л.А. Колобаевой, Ю.В. Мальцева, Л.А. Смирновой, И.Б. Ничипорова, М.С. Штерн и др. Не повторяя известных суждений в рамках данной статьи по интересующей нас проблеме, подчеркнем лишь, что исследователи, придерживаясь каждый своей точки зрения, едины в том, что деревенская тема в творчестве И.А. Бунина является ключевой, поскольку связана с более масштабной темой – темой России. Она «выстрадана» всей жизнью писателя, рождена в спорах и дискуссиях.

Л.А. Смирнова подчеркивает, что «его (Бунина. – Л.Д.) интересовало внутреннее состояние человека в той или иной общественной атмосфере.

Рабство и дальнейшее, пореформенное оскудение русских сел не могли не наложить мрачную печать на их обитателей, независимо от того, к какой социальной среде они принадлежали» [7, с. 69].

Рассказы и повести И. Бунина о России и русском крестьянстве были отголосками событий 1905 г. и предвестием недалекого будущего. Можно сказать, что это своего рода раздумья о «светлых и темных, но почти всегда трагических основах» русской души. Писателя волновали кризисные стороны национального сознания, нравственность и духовная сращенность крестьян с землей.

Ю.И. Айхенвальд так пишет о рассказе «Суходол» И.А. Бунина: «Только деревне, великому русскому *rus*, посвящены рассказы «Суходола», и без глубокого содрогания нельзя читать этих страниц про нашу Русь-*rus*. Здесь – тот предел, где беллетристика уже выходит из своих рамок, отрицает сама себя и в первоначальную правду обращает свой вымысел. Этому способствует и то, что Бунин, в соответствии с коренной темой своих произведений, всегда имеет дело, преимущественное дело, со стихией. В городе и в кругу городских рассказов мы как-то о ней забываем; а в деревне, среди полей, где «ночь лютая», где «волчиная глухомань», она, стихия, правда всех правд, слишком о себе напоминает» [1]. И далее: «Бунин так пристально вглядывается в деревню и так беспощадно показывает ее наготу, что эта деревня – ему родная... Деревня для него не сюжет... С Русью-*rus* он связан роковой связью» [1].

Отношение И.А. Бунина к жизни в деревне стало своего рода ключевым моментом в определении многих важных понятий, связанных с историко-философским контекстом, и продолжительного диалога о ее судьбе, который впоследствии вылился в большую и значимую тему для всего литературного процесса и общественной жизни второй половины XX в. – в начале 50-х гг. прошлого века – тему «колхозной жизни», а затем – «деревенской».

«Деревенская тема» прочно вошла в русскую литературу XX в. и была связана с насущными вопросами времени. Впрочем, теми же, что и волновали в свое время И.А. Бунина, – это судьба деревни, нравственный и духовный потенциал ее жителей и т. д.

В.В. Кожинов в статье «Ценности истинные и мнимые» (1967) размышляет именно о деревенской теме в литературе. В число писателей-деревенщиков он включает В. Белова, Е. Носова, Г. Семенова, А. Ткаченко, В. Шукшина, потому что, по мысли критика, они наиболее серьезны и даровиты. «В их повествованиях видишь не только стремление изобразить нечто, создать самобытную словесную ткань и выразить себя, но и глубокое чувство ответственности, жажду понять

и решить... проблемы жизни народа и личности. Не собственно «деревенские» проблемы, а гораздо более широкие» [5, с. 61].

Нельзя не согласиться с В.В. Кожиновым в том, что проблема подлинных человеческих ценностей явилась главной и в книге В. Белова «Привычное дело», и в сборнике рассказов В. Шукшина «Сельские жители», и др. Глубина и важность смысла в этих произведениях выходит за рамки деревенской темы, поскольку для писателей ключевым является не просто изображение героя и жизни, а стремление писателя, с одной стороны, «поднять» его до своего уровня, с другой – «подняться» до его человеческой цельности и глубины. «Дело здесь, – пишет В.В. Кожинов, – не в каком-либо народничестве, идее «опрощения или «обоожествления» крестьянина. В повести Белова нет, в частности, превосходства человека, живущего на земле, землей над людьми, ведущими иной образ жизни, нет идеализации «патриархальности» и т. п. Герой Белова несколько не «лучше» людей, сформированных иными условиями: он... обладает единством бытия и сознания – единством практической, мыслительной, нравственной и эстетической жизнедеятельности» [5, с. 62].

Огромной заслугой писателей-деревенщиков явилось то, что именно в деревенской теме 60-х гг. XX в. проявилась тенденция усиленного влияния огромного круга нравственных вопросов и проблем, проявившихся в стремлении объективно воплотить всю сложность современной ситуации. «Обращение писателей к теме деревни в начале 60-х гг., – свидетельствует М. Антошин, – вызвано углублением философских исканий литературы, важной постановкой вопроса о духовных ценностях, связанных с понятиями родная земля, трудовая память, совесть, традиция. Задача представлялась тем более важной, что ценности эти утрачивались в результате «долговременного эксперимента, в корне изменившего лицо деревни» [2, с. 12].

Писатели «деревенского направления» в своих произведениях стремились к открытию поисков истины, верности добру в переживаниях героев, они не отделяли эти переживания от всей жизни. В этом видится огромная значимость деревенской прозы.

На рубеже XX–XXI вв. тема деревни и духовно-нравственная составляющая в ней не утратилась, только стала меньше востребована в эпоху распада и конца советской литературы, активнее стала преподноситься массовая литература, не требующая работы мысли и сознания. Тем не менее писателем, оставшимся верным самому себе и традициям деревенской прозы является Борис Екимов. В наши дни его называют «последним деревенщиком». В 2008 г. ему была присуждена

Литературная премия Александра Солженицына «за остроту и боль в описании потерянного состояния русской провинции и отражение неистребимого достоинства скромного человека; за бьющий в прозе писателя источник живого народного языка» [3, с. 2].

В свое время А. Солженицын признавался: «В последние десятилетия, когда, кажется, само существование русской деревни выпало из нашего поля зрения, не говоря уж об окомее искусства, – Борис Екимов вошел в литературу новым писателем-«деревенщиком». Во множестве ярких рассказов и очерков Екимов рисует мало кому знакомую обстановку нынешней сельской местности с ее новым бытом, манящими возможностями и крутыми угрозами. Этот живой поток екимовских картин, раздвигая наши представления о непростой жизни сегодняшней деревни, помогает восстановить, хотя бы мысленно, единство национального тела. А уж как интересно послушать суждения из донской глубинки – о событиях новейших» [6].

На наш взгляд, заложенный идейно-эстетический заряд произведений Б.П. Екимова напрямую соотносится с прозой И.А. Бунина, который в начале XX в. в своих произведениях выразил глубокую боль и переживание за судьбу русской деревни.

Национальный уклад деревенской жизни воссоздается Б.П. Екимовым практически в каждом произведении с присущей ему естественностью через описание природы, сельского быта, мало меняющегося в лучшую сторону с течением времени, через раскрытие характеров героев, причем всегда с неожиданной стороны. К сожалению, приметой настоящего времени стали брошенные усадьбы, руины, дикие сады, «терновая непролазь». Разруха поселилась в деревне, и это стало не только внешней приметой, мало осталось на селе работников, в основном старики доживают свой век да молодые, которые по разным причинам не смогли уехать из деревни. «Колхоз развалился. Теперь на хуторе – ни молочной фермы, ни гуртов. Ни отар, ни свиначника нет, ни птичника, ни амбаров, ни мастерских. Раньше не хватало людей... Нынче лишь один Шурка Мормышка при должности» [3, с. 197].

В произведениях Б.П. Екимова ностальгия по добрым человеческим отношениям воплощена в воспоминаниях рассказчика, которые стали неотъемлемой частью художественной структуры произведений. В памяти героя остались прежде всего люди с доброй и светлой душой, время которых ушло безвозвратно: это самый дорогой человек – мама («Сироты»), и тетя Шура Саломатина («Боль старого дома»), и Марианна Григорьевна («Марьяна»), и Юрий Александрович («Юрка») и другие. «Все ушли, оставив память светлую да память

горькую. А я, слава богу, пока живой, – признается герой. – И оттого мне в старом доме порою тяжело, словно на кладбище» [3, с. 373].

Символический образ старого дома являет собой утраченную гармонию прежней жизни. В нем воплощена любовь к семье, к деревенскому укладу жизни, к людям («Конец старого дома», «По законам старого дома», «Боль старого дома», «Возле дома»: «Старый наш дом – вековая мудрость», «Теперь старому дому пришел конец»).

«Так бы и прожили помаленьку недолгую человечью жизнь, – по примеру отцов, – признается герой. – Но пришли в поселок другие времена» [3, с. 363]. Ветшает и пустеет дом, сиротливой и неприглядной становится жизнь в деревне. За этим фоном прослеживается глубокая тоска писателя по прежней деревенской жизни и обеспокоенность ее завтрашним днем. В этом контексте выстраиваются и «Антоновские яблоки», и «Деревня» И. Бунина, где то же самое ветшание, запустение, разрушение деревенского уклада жизни, тоска по прежней России.

Однако несущественное различие обнаруживается у писателей на уровне героев: бунинские герои принимают перемены, понятно, что с трудом и сожалением, но изменить что-то или противостоять надвигающейся исторической катастрофе не могут. У Б.П. Екимова отдельные герои более активны, они анализируют случившийся распад жизненного уклада, пытаются отстоять свое достоинство и право, но не всегда им удается это. Писатель убежден: только память и традиции способны воскресить духовное начало в жизни.

Перечитывая «Апологию сумасшедшего» П.Я. Чаадаева, рассказчик Б.П. Екимов («Собеседники») ищет в ней ответы на волнующие его вопросы: что есть истина, почему так тяжела смерть близких, почему так бесконечно дорог старый «ветхий и подслеповатый, врастающий в землю дом»? И отвечает на них так: «Всякая искренняя любовь выше даже очевидной истины. Потому что поиски истины и обретение ее – это мудрость. А любовь – выше мудрости; она в человеческом сердце, душе» [3, с. 384]. Этими словами Б.П. Екимов выражает бесконечную любовь к своему дому, деревне, народу, иногда «ленивому», «грязному», «корыстному», «пьяному», потому что «Россия – это наши люди, родные, близкие и товарищи... Их много и много, ушедших, живых. Но дорогих мне людей. А все мы вместе – наш старый дом, которому имя Россия» [3, с. 388].

Воспоминания в повести «Осень в Задонье» носят концептуальный характер, автор апеллирует к истории, культуре, народу. Именно память «о старине» возвращает людей в день Святой Троицы в родные края, где когда-то был хутор

Большой Басакин, они вспоминают «старину, казачий род, молодость, родные края и родные могилы» [4, с.13].

«Вспоминали былое: свое и вовсе давнее, слышанное от отцов и внуков» [1, с. 13], но бесконечное родное и милое, запечатленное в пейзаже, в крестах полузабытых могил, в Явленном древнем кургане, который через десятки лет «вздывается над землей». В этих приметах – память прежней жизни, которая уже прошла, но «осталась в душе и порою, даже через долгое время, вспоминалась, теплилось сердце, а иногда взрывалось горечью, болью» [4, с. 29].

В воспоминаниях героя повести Якова «много хорошего было» – охота, рыбалка, отдых с детьми и женой, заводская жизнь и т. д. – душа согревается от памяти прошлого, и настоящее приобретает другие ценностные ориентиры.

В привычную суету Ивана Басакина часто вторгаются картины жизни на хуторе: «...помнился закат, малиновый разлив его на полнеба, а в стороне западной – багровые облака, словно сказочные утесы, которые понемногу остывают, покрываясь сизым пеплом. В мире тепло и тихо. И теплое тельце сына прижалось: головка у отца на коленях. Тимоша задремывает, но силится продлить долгий счастливый день и потому бормочет:

«Мы с тобой... Мы не уедем... Мы будем долго здесь жить... Мы всех сюда привезем... Маму, Васю, бабушку, деда. И Никитку заберем. Здесь много места... Он смолкает, заснув у отца на коленях. Все это помнилось, не отпускало, понывая в душе глубокой занозой» [4, с. 31].

И для старого Аникея Басакина память прошлого милее настоящего: «И в самом деле, через годы порою таким светлым виделось хуторское детство. Так, наверное, у всех, когда вспоминаешь на старости лет. Но горького в нем было – через край... [1, с. 38].

Память героев Б. Екимова не избирательна на хорошее или плохое, она сохранила и горе, и радость, и беды, и трудности – все это вместе из разрозненных штрихов выстраивается в единую панораму деревенской жизни, которая одновременно является средством раскрытия характера, внутреннего мира и большим историческим комментарием, без которого невозможно осмыслить до самой глубины настоящее.

Проза Б.П. Екимова являет собой продолжение сокровенного и трудного рассуждения о судьбе русской деревни И.А. Бунина, в которой трагические страницы, сохраненные в памяти, становятся надеждой на возрождение деревенской жизни, православия и русской культуры.

Библиография использованных источников:

1. Айхенвальд Ю.И: Силуэты русских писателей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.i-bunin.net/kritika6.html> (дата обращения: 12.12.2015).
2. Антошин М. Характер в русской советской прозе 60–80-х годов. М., 1991. С. 12.
3. Екимов Б. Привет издалека. М., 2011.
4. Екимов Б.П. Осень в Задонье // Новый мир. 2014. № 9, 10.
5. Кожин В.В. Ценности истинные и мнимые : статьи о современной литературе. М., 1990. С. 61.
6. Лауреат премии Александра Солженицына // Российская газета. 2008. 12 марта (№ 4609).
7. Смирнова Л.А. Бунин Иван Алексеевич. Жизнь и творчество. М., 1981.

References:

1. Aikhenvald Y.I. Silhouettes of Russian writers [Electronic resource]. URL: <http://www.i-bunin.net/kritika6.html> (date of access: 25.11.2015).
 2. Antoshin M. Nature in the Russian Soviet prose of the 60–80-ies. M., 1991. P. 12).
 3. Ekimov B. Greetings from afar. M., 2011.
 4. Ekimov B.P. Fall in Zadonie // New world. 2014. № 9, 10.
 5. Kozhinov V.V. Values true and imaginary: Article about modern literature. M., 1990. P. 61.
 6. The Award winner of the Alexander Solzhenitsyn premium // Russian newspaper. 2008. 12 March (№ 4609).
 7. Smirnova L.A. Bunin Ivan Alekseevich. Life and work. M., 1981.
-

УДК 82.09

Кравченко Надежда Павловна

доктор филологических наук, профессор,

*декан факультета журналистики, заведующая кафедрой рекламы и связей с общественностью
Кубанского государственного университета*

«ВЫБРАННЫЕ МЕСТА ИЗ ПЕРЕПИСКИ С ДРУЗЬЯМИ» Н.В. ГОГОЛЯ КАК ПОСТУПОК ПИСАТЕЛЯ-ПУБЛИЦИСТА

Аннотация: В статье рассматриваются художественные особенности программного публицистического произведения Н.В. Гоголя «Выбранные места из переписки с друзьями», несомненно, актуального, так как религиозно-нравственные идеи, легшие в его основу, представляют сегодня особую значимость для российского общества. Выявлены особенности формы и содержания в контексте русской публицистической традиции.

Ключевые слова: замысел, духовная культура, христианская мораль, писатель-христианин, тема апокалипсиса, мотив дороги, мотив битвы, мотив смирения, сакральные истины, автожитие.

Kravchenko Nadezhda Pavlovna

Doctor of Philology, Professor

*Dean of Journalism Faculty Head of Department of Advertisement and Public Relations
Kuban State University*

«SELECTED PARTS FROM THE CORRESPONDENCE WITH FRIENDS «BY N.V. GOGOL AS AN ACT OF A WRITER-PUBLICIST

Abstract: The article analyses literary peculiarities of the programme publicistic work by N.V. Gogol «Selected parts from the correspondence with friends» which is evidently very acute because religious and moral ideas forming its basis have special importance for Russian society. Characteristic features of the form and content in the context of Russian publicistic tradition are revealed.

Keywords: idea, spiritual culture, Christian moral, writer-Christian, apocalypse theme, road motive, fight motive, humility motive, sacral truths, autolife.

Всякое речевое творчество, особенно в письменной форме, всегда связано с работой над словом, так как муки творчества – это во многом муки выбора такого слова, которое наиболее точно, выразительно и стилистически удачно выразит конкретную мысль в тексте. Каждое слово, любая грамматическая форма, а точнее, вся система языковых единиц художественной или публицистической речи подчинены ее идейному содержанию. Л.Н. Толстой писал: «Каждое художественное слово, принадлежит ли оно Гете или Федьке, тем-то и отличается от нехудожественного, что вызывает бесчисленное множество мыслей и объяснений» [10, с. 15].

Слово русскими писателями всегда расценивалось как поступок, как деяние, как форма социального поведения. Начиная со «Слова о полку Игореве», а с несколько более позднего «Жития протопопа Аввакума, им самим написанного» художественные произведения русской литературы всегда получали широкий общественный резонанс, и это позволяет утверждать, что русская литература всегда была публицистична, так как высока была ответственность ее писателей за слово, несо-

мое ими. Известно, например, что все годы жизни Н.В. Гоголя – это уроки труда. Хрестоматийными стали сведения о переписывании им своих произведений по несколько раз, сожжение целых частей. Писатель любил повторять, что в храм искусства нельзя входить неопытным. «И он входил в его своды, по образному замечанию Игрия Золотусского, с чистой душой и чистыми листами отделанных до белизны беловиков» [4, с. 9].

Наибольшему редактированию подверглась книга «Выбранные места из переписки с друзьями», издание которой было задумано в начале 1845 г. Но к воплощению замысла писатель приступил в следующем году, так как все статьи, предназначенные для книги, несколько раз правились, прежде чем получили окончательную редакцию. В работе Гоголь следовал собственным принципам, которые он изложил в статьях «О лиризме наших поэтов», «О том, что такое слово»: 1) «слова поэта суть уже его дела», 2) «обращаться со словом нужно честно: оно есть высший подарок Бога человеку», 3) «опасно шутить писателю со словом», 4) «слово гнило да не исходит из уст наших». Гоголь выра-

жает евангельское понимание слова. В Евангелии Христос сказал: «Глаголю же вам, яко всяко слово праздное, еже аще рекут человецы, воздадут о нем слово в день судный». А фраза «слово гнило да не исходит из уст наших» представляет цитату из Послания к Ефессянам Св. ап. Павла (Еф. 4, 29).

Долгое время в литературоведении бытовало мнение, что признание Гоголя было исключительно литературное. Игнорировался тот факт, что религиозно-нравственные идеи Гоголя легли в основу «учительства» всей великой русской литературы. «От Гоголя все «ночное сознание» нашей словесности: нигилизм Толстого, бездны Достоевского, бунт Розанова», – писал К.С. Мочульский [8, с. 37].

«Выбранные места из переписки с друзьями» явили миру нового Гоголя, не писателя-сатирика, а яркого и ярого публициста, ратовавшего за преобразование России, за ее светлое воскресение. И если Ф.М. Достоевский, говоря о значении Гоголя как автора «Мертвых душ», писал: «Явилась «смеющаяся маска Гоголя», то после «Выбранных мест» Россия увидела истинное лицо писателя.

Так случилось, что «Выбранные места из переписки с друзьями» – менее читаемая книга Гоголя. Полтора года за ней тянулась недобрая слава проступка писателя, некой стыдной страницы в истории русской литературы. Да и сразу книга была принята неоднозначно. Так, П.Я. Чаадаев в письме князю П.А. Вяземскому писал: «У вас, слышно, радуются книгою Гоголя, а у нас, напротив того, очень ею недовольны». В.Г. Белинский в статье «Письмо Гоголю» от 15 июля н. ст. 1847 г. оценивал книгу как падение автора, как «надутую и неопрятную шумиху слов и фраз». Но были и сдержанные суждения о ней. Например, Н. Чернышевский писал: «Мы имеем сильную вероятность думать, что Гоголь 1850 года заслуживал такого же уважения, как и Гоголь 1835 года».

Сам Гоголь ни к одному своему произведению не относился столь ответственно и ревниво, как этой книге. Он болезненно переживал критику. «С меня сдирают не только рубашку, но и саму кожу, – писал он Плетневу. – Точно как бы перед глазами резали мое любимейшее дитя, так тяжело бывает это цензурное убийство».

Полярные мнения высказывают и наши современники. Писатель русской эмиграции В. Набоков уверен, что «Гоголь явно отстал от века и принял маслянистый налет на луже за потустороннюю радугу» [9, с. 218], а знаменитое письмо Белинского расценивал как «благородный документ». Известный гоголевед Игорь Золотусский полемизировал с ним, утверждая, что «она (книга. – Н.К.) – подвиг Гоголя» [4, с. 5], а К. Мочульский писал, что в «Переписке» «Гоголь явился провозвестником идеи о цельности духовной культуры». По его мнению, «книгу «Выбранные места из переписки

с друзьями» можно принимать или отвергать, но нельзя отрицать ее значительности» [8, с. 37].

«Выбранные места из переписки с друзьями» – плод долголетней, напряженной работы, результат большого духовного опыта писателя. Оно рассматривается исследователями как «программное произведение, в котором Гоголь изложил свои взгляды на миссию писателя, государство, власть, роль женщины в обществе, религию, нравственное самосовершенствование» [2, с. 11]. Желание Гоголя выбрать «все, что более относится к вопросам, занимающим ныне общество», привело к тому, что книга актуальна и сегодня. В ней писатель рассуждает о духовной и гражданской власти, о месте человека в обществе, о России, о любви к ней и к ее народу. Ценность книги заключается в небывалой силе нравственного сознания ее автора, который признавался: «Сердце мое говорит мне, что книга моя нужна и что она может быть полезна».

Чтобы интерпретация текста «Выбранных мест» была более или менее приближена к авторскому восприятию мира, необходимо понять ее замысел, то есть общую идею произведения. А понимается он исследователями и критиками неоднозначно. Многими книга расценивается как потребность внутреннего очищения. Например, И. Золотусский считает, что вся публицистика Гоголя – это объяснение себя, своего смеха, оправдание себя перед читателями. «Из желания объяснить Пушкина, – пишет он, – рождается статья «Борис Годунов. Поэма Пушкина» (1831). Из желания объяснить Брюллова – статья «Последний день Помпеи» (1834). Из желания объясниться с публикой насчет «Ревизора» – статья-пьеса «Театральный разъезд». И, наконец, желание объяснения и оправдания собственного творчества порождает целую книгу «Выбранные места из переписки с друзьями» [4, с. 199].

Подобное утверждение по поводу замысла книги «Выбранные места из переписки с друзьями» вполне оправданно, поскольку в «Предисловии» автор прямо говорит о желании «искупить бесполезность всего, доселе им напечатанного...». А постоянное употребление словосочетания «прошу прощения» и его словообразовательных и семантических вариантов: «прошу простить», «испрашиваю прощения», «сказать в оправдание», «прошу не питать ко мне гнева», «прошу помолиться», «прошу молитвы» подчеркивает намерения писателя. Но замысел книги все-таки намного шире. Возможно, первоначально причина оправдания и легла в основу произведения, но постепенно основная идея эволюционировала и конкретизировалась. «Выбранные места из переписки с друзьями» – произведение публицистическое, а природа текста в публицистике имеет свои особенности. В первую очередь это тесная связь

с аудиторией, так как публицистика направлена на формирование убеждений читателей. Поэтому замысел «Выбранных мест» объясняется не причиной написания книги, а продиктован целью произведения, его конечной идеей. «Я писатель, а долг писателя, не одно доставление приятного занятия уму и вкусу; строго взыщется с него, если от сочинений его не распространится какая-нибудь польза и не останется от него ничего в поучение людям», – утверждал Гоголь.

Объяснить появление «Выбранных мест» можно лишь при условии понимания личности самого писателя, которая складывалась из постоянных поисков идеала, чувства глубокой ответственности за совершаемые поступки, следования принципам христианской морали. Взгляд на личность Гоголя как писателя-христианина позволил К. Мочульскому исследовать «Выбранные места из переписки с друзьями» с религиозно-философской точки зрения. Для К. Мочульского вся классическая русская культура связана с мотивом христианского совершенствования. Наиболее полно этот мотив, по замечанию критика, проявился в творчестве Гоголя, который «в нравственной области был гениально одарен; ему было суждено круто повернуть всю русскую литературу от эстетики к религии, сдвинуть ее с пути Пушкина на путь Достоевского» [8, с. 37]. «Выбранные места из переписки с друзьями» еще раз доказали, что религия и язык входят в число тех факторов, которые определяют менталитет народа.

В произведениях, которые были созданы Гоголем до «Выбранных мест», отсутствовали положительные герои, «один за другим, по замечанию самого писателя, следуют герои один пошлее другого». Сравнение «Мертвых душ» с «Илиадой», которое не раз делали современники, натолкнуло писателя на мысль «смягчить то тягостное впечатление, которое могли произвести «Мертвые души». Так возникает идея создания второго тома, некой русской «Одиссеи», которая отразила бы «утешительные явления действительности». Гоголь высоко ценил «Одиссею», считая ее «самым нравственным произведением», написанным для того, чтобы «в живых образах начертить законы действий тогдашнему человеку». Но замысел не легко было осуществить, так как писатель не видел в реальной действительности этих «живых образов». Безрезультатны оказались и поездки за границу, где писатель хотел взглянуть на Россию со стороны. Полным блефом стали и положительные герои, выведенные во втором томе, где Гоголь пытался «переделать мертвые души в живые» [8, с. 41].

Вероятно, осознание утопичности идеалов и привело к тому, что Гоголь сжег рукопись. Но замысел создания высоконравственной книги

остался. Идеален только Бог. Желая приблизить небесное совершенство к земному и, наоборот, земное к совершенству, Гоголь решает дать уроки по воспитанию лучших человеческих качеств: добра и любви. «Рожден я вовсе не затем, чтобы произвести эпоху в области литературной, – пишет он. – Дело мое проще и ближе... Дело мое – душа». В этом основа нравственного сознания писателя. Вот почему самым частотным словом и, как следствие, самым значимым в «Выбранных местах» является слово «душа», отражающее генезис гоголевской модели мира. Таким образом, «Выбранные места из переписки с друзьями» – это уроки воскрешения нравственных понятий, совершенствования личности, уроки преображения, это нравственное поучение соотечественникам.

Замысел любого произведения воплощается в форме изложения содержания, в так называемой «материальной конструкции художественного произведения» [7, с. 186]. Гоголь выбирает эпистолярный жанр, чтобы адресатом чувствовал себя любой читатель и чтобы уроки нравственности преподносились каждому. Торжественный стиль книги продиктован высокими идеями, и по мнению К. Мочульского, и желанием писателя «разрешить мучивший его конфликт между христианским идеалом и принимавшим жуткие рожи маскарадом социальной комедии» [8, с. 570].

Проповедуя высокие нравственные понятия, которые у Гоголя связаны с образом Христа, писатель использует библейскую символику.

Тема апокалипсиса. Библейское звучание получают мотивы краха духовных устоев: «Уже крики на бесчинства, неправды и взятки не просто негодование благородных на бесчестных, но вопль всей земли, прослышавшей, что чужеземные враги вторгнулись в бесчисленном множестве, рассыпались по домам и наложили тяжелое ярмо на каждого человека; уже и те, которые приняли добровольно к себе в дома этих врагов душевных, хотят от них освободиться сами и не знают, как это сделать, и все сливается в один потрясающий вопль, уже и бесчувственные подвигаются» («Нужно любить Россию»). Мистическая картина мира благодаря гиперболизации напоминает картины Гойи: «... выдохшееся светское общество, которое... кажется безлюднее самого безлюдья», «страшные болезни ума, которыми заражено текущее поколение», «исполиньские возрастания и плоды, которых семена... сеяли в жизни, не подозревая и не слыша, какие страшилища от них подымутся...».

А вот еще одна картина безжизненности: «И непонятною тоскою уже загорелась земля; черствее и черствее становится жизнь; все мельчает и мелеет, и возрастает только в виду всех исполинский образ скуки, достигая с каждым днем неизмеримейшего роста. Все глухо, могила повсюду».

ду. Боже, пусто и страшно стало в Твоем мире». Текст построен на контрасте, противопоставлении (антитезе) двух понятий: духовности, описание уровня которой идет в сторону убывания (мельчает, мелеет), и бездуховности, которая, наоборот, описана по мере нарастания признака (возрастает, исполинский образ, неизмеримейший рост).

Мотив дороги. Он отмечается всеми исследователями творчества Гоголя. Путь, дорога – эти понятия стали впоследствии символом всей русской литературы XIX в. На наш взгляд, данный мотив, использованный в «Выбранных местах», отражает еще и блуждания самого автора в поисках совершенства. Явить идеал во плоти – вот замысел Гоголя. Символика странствия у писателя оказывается тождественной значению слова «подвиг», что происходит в результате возрождения его этимологических связей: подвиг – подвигаться – подвигнуться – двинуться в путь. Например, «Перед христианином сияет вечная даль, и видятся вечные подвиги», «Уже и бесчувственные подвигаются», «...очнуться и двинуться». Таким образом, движение вперед, стремление к совершенствованию – это подвиг.

А вот странствие у Гоголя – это и результат незнания конечной цели, поэтому в книге появляется еще один сакральный смысл – тема распутья: «Вот уже полтора года лет, как государь Петр I прочистил нам глаза чистилищем просвещения европейского, дал нам в руки все средства и орудия для дела, а мы все еще не у себя дома, не под родною крышей, но где-то остановились бесприютно на проезжей дороге».

Использование библейских мотивов позволяет делать речь острой и публицистичной. Например, сравнение общества и политиков с библейскими символами стада и пастуха: «...только одни задние чтецы, привыкшие держаться за своих журнальных вождей, еще что-то перечитывают, не замечая... что козлы, их предводившие, давно уже остановились в раздумьи, не зная, куды повести заблудшие стада свои...».

Символика плаванья. Как известно, в раскольничьем кругу XVII в. была очень любима традиционная церковная метафора, которая символизировала жизнь истинных служителей Бога, представляя их утопающими пловцами. Данная символика характерна и для «Выбранных мест»: «...на корабле своей должности и службы должен теперь всяк из нас выноситься из омута, глядя на кормщика небесного...», «Воззови к прекрасному, но дремлющему человеку. Брось ему с берега доску и закричи во весь голос, чтобы спасал он свою бедную душу; уже далеко он от берега, уже несет и несет его ничтожная верхушка света, несут обиды, ноги плясавиц, ежедневное сонное опьянение».

Мотив битвы. В церковнославянской традиции божьи люди сравнивались с воинами Христа, а борьба за его учение – с битвой, сечей. У Гоголя с воинами Христа сравниваются те, кто старается просветить общество. Соответственно битва в книге предстает как борьба за нравственное очищение: «На битву мы сюда призваны, праздновать же победу будем там... Всех нас озирает свыше небесный полководец... Вперед же, прекрасный мой воин». Второй смысл битвы – служение православной России: «Служить же теперь должен из нас всяк не так, как служил бы он в прежней России, но в другом, небесном государстве, главой которого уже сам Христос».

Мотив смирения. Евангельское «ударили по одной щеке – подставь другую» преобразуется у Гоголя в следующее: «На дне души нашей столько таится всякого мелкого, ничтожного самолюбия, щекотливого, скверного честолюбия, что нас ежеминутно следует колоть, поражать, бить всеми возможными орудиями, и мы должны благодарить ежеминутно нас поражающую руку».

Библейская символика разбросана по всему публицистическому произведению. Аналогии и ассоциации с евангельскими образами – во всех статьях книги Гоголя: «...Карамзин представляет собой явление необыкновенное. Вот о ком из наших писателей можно сказать, что он весь исполнил свой долг, ничего не зарыл в землю и на данные ему пять талантов принес другие пять», «Нужно ли, чтобы твои стихи стали так в глазах всех, как начертанные на воздухе буквы, явившиеся на пиру Валтаафа...», «...и останется он впотьмах, как царь Соломон в свои последние дни». Опора Гоголя на церковно-книжную символику расценивалась Д.С. Лихачевым как «культурная трансплантация» [6], когда содержание и форма одной культуры пересаживается в иную культурную почву.

Жанр книги «Выбранные места из переписки с друзьями» определяется как автожитие, где автор предстает кающимся грешником и пророком. С одной стороны, при помощи форм субъективной оценки происходит умаление собственного «я», с другой – возвеличивание. Например: «Не мне, грязнейшему всех душою...», «...Я сам довольно мерзок...» – «Но слушай, теперь ты должен слушать мои слова, ибо вдвойне властно надо мною слово, и горе кому бы то ни было, не слушающему моего слова».

Столкновение полярных характеристик – одна из особенностей «Выбранных мест». Оно отражается в языке, в резких переходах в одном контексте от возвышенного к простому и наоборот: «...потомство клонет на эти драгоценные строки...», «...нищенство есть блаженство, которое не раскусил свет...», «Наш народ скорее почешет у себя в затылке, почувствовав то, что он, зная Бога

в его истинном свете, имея... в руках письменный закон его, молится лениво и выполняет долг свой хуже древнего язычника». Сравните: с одной стороны стилистически возвышенная лексика: «потомство», «блаженство», «драгоценные строки», «Бог», «истина», с другой – сниженная: «почешет у себя в затылке», «клюнет», «раскусит». Соединяя бытовую и сакральную лексику, Гоголь, по мнению А.И. Иванницкого, продолжает традиции Аввакума в «Житии, им самим написанном» [5]. Подобное явление М.М. Бахтин назвал «инстинктивной памятью сюжета» [1].

Но все же, думается, что функции соединения высокой и низкой речи у обоих публицистов различные: Аввакум простым языком говорил о сакральном, Гоголь высокие сакральные истины перенес в быт. Благодаря такому лексико-семантическому переплетению мир сакральных существ теряет свою отграниченность от земного мира и граница двух миров оказывается проходимой. В проходимости границ реального и сакрального как раз и отражается характерное проявление народного мышления [3], что делало произведение доступным большой аудитории и подчеркивало его публицистичность.

Библиография использованных источников:

1. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. Рабле и Гоголь (Искусство слова и народная смеховая культура). М., 2010.
2. Волгина О.В. Н.В. Гоголь: на перекрестке мнений : библиографическое пособие. Н. Новгород, 2009.
3. Гуревич А.И. Проблемы народной средневековой культуры. М., 1981.
4. Золотусский И. Поэзия прозы. Статьи о Гоголе. М., 1987.
5. Иванницкий А.И. Язык «Выбранных мест из переписки с друзьями» Гоголя в контексте русской публицистической традиции (Гоголь и Аввакум) // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1988. № 2.
6. Лихачев Д.С. Развитие русской литературы X–XVII веков. Л., 1973.
7. Лосев А.Ф. Проблема художественного стиля. Киев, 1994.
8. Мочульский К.С. Духовный бунт Гоголя // Мочульский К.С. Гоголь. Соловьев. Достоевский. М., 1995.
9. Набоков В. Николай Гоголь // Новый мир. 1987. № 4.
10. Толстой Л.Н. Кому у кого учиться писать, крестьянским ребятам у нас или нам у крестьянских ребят // Толстой Л.Н. Собр. соч. в 22 т. М., 1978–1985. Т. 15.

References:

1. Bakhtin M.M. Creative work of Francois Rabelais and folklife culture of the Middle Ages and Renaissance. Rabelais and Gogol (The art of the word and folk laugh culture). M., 2010.
2. Volgina O.V. N.V. Gogol: at the crossroads of opinions : bibliographical publication. N. Novgorod, 2009.
3. Gurevich A.I. Problems of folk culture of the Middle ages. M., 1981.
4. Zolotusskiy I. The poetry of the prose. Articles about Gogol. M., 1987.
5. Ivannitskiy A.I. Language of «Selected parts from the correspondence with friends» by N.V. Gogol in the context of Russian publicistic tradition (Gogol and Avakum) // Bulletin of Moscow University. Ser.10, Journalism. 1988. № 2.
6. Likhachyov D.S. Development of Russian Literature of X–XVII centuries. L., 1973.
7. Losev A.F. The problem of literary style. Kiev, 1994.
8. Mochulskiy K.S. Spiritual revolt of Gogol // Mochulskiy K.S. Gogol. Solovyov. Dostoevskiy. M., 1995.
9. Nabokov V. Nikolay Gogol // Noviy mir [New world]. 1987. № 4.
10. Tolstoi L.N. Who from whom should learn to write, peasant children from us or we from peasant children // Tolstoi L.N. Collected edition in 22 vol. M., 1978–1985. Vol. 15.

УДК 82.09

Мороз Олег Николаевич

доктор филологических наук,

профессор кафедры публицистики и журналистского мастерства

Кубанского государственного университета

ФИЛОСОФСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ В.В. РОЗАНОВА О ДУШЕ В САТИРИЧЕСКОЙ «ПОЭМЕ» А.Н. ЧИЧЕРИНА: «ТРАНСЦЕНДЕНТНЫЙ МИР» И ЛЮБОВНЫЙ ПОРЫВ

Аннотация: В статье рассматриваются особенности использования в сатирической «Поэме» А.Н. Чичерина философской концепции В.В. Розанова о душе. Дается изложение идей В.В. Розанова, опубликованных в дореволюционной печати России, анализируется их содержание и философское значение. Отмечается, что А.Н. Чичерин строит повествование в «Поэме» на основе предложенной В.В. Розановым интерпретации поэтического творчества М.Ю. Лермонтова, и в частности стихотворения «Ангел». Эта интерпретация является подтекстом содержания повествования, а также конструктивным элементом организации повествовательной структуры.

Ключевые слова: поэма, статья, рассказ, сатирическое произведение, повествование, комментарий, метафизика, А.Н. Чичерин, В.В. Розанов, М.Ю. Лермонтов.

Moroz Oleg Nikolaevich

Doctor of Philology

Professor of Department of Publicism and Journalistic Mastery

Kuban State University

V.V. ROZANOV'S PHILOSOPHICAL CONCEPTION ABOUT SOUL IN THE SATIRICAL «POEM» BY A.N. CHICHERIN: «TRANSCENDENTAL WORLD» AND LOVE IMPULSE

Abstract: The paper deals with the peculiarities of usage of V.V. Rozanov's philosophical conception about soul in the satirical «Poem» by A.N. Chicherin. The content and philosophical meaning of V.V. Rozanov's ideas, published in pre-revolutionary press, are given and analysed. It is noted that A.N. Chicherin forms his narration in the «Poem» on the basis of the interpretation of M.Y. Lermontov's poetry writing offered by V.V. Rozanov, and in particular the poem «Angel». This interpretation is the implication of the narration content and also a constructive element of the organization of the narration structure.

Keywords: poem, article, narration in narration, satirical work, narration, comment, metaphysics, A.N. Chicherin, V.V. Rozanov, M.Y. Lermontov.

В 1959–1960 гг. Алексей Николаевич Чичерин, поэт и теоретик радикального авангарда постреволюционного времени, один из создателей ЛКЦ, создает сатирическое произведение, бесхитростно названное «Поэма». От былых авангардных художественных исканий Чичерина в «Поэме» не остается и следа, во всяком случае – очевидного. Тем не менее это чрезвычайно сложное по своей организации произведение, затрагивающее важные проблемы философского, эстетического и социально-политического порядка. Основные действия в «Поэме» разворачиваются в 1950-х гг.; однако в ходе повествования Чичерин обращается также к событиям дореволюционного времени и эпохи индустриализации СССР.

Герои «Поэмы» – не названный по имени Рассказчик и его друг Василий Васильевич. Это герои-приспособленцы: чуждые советской действительности, они успешно выдают себя за деятельных участников строительства новой жизни.

Как следует из «Поэмы», Рассказчик и Василий Васильевич имеют непосредственное отношение к сфере литературного творчества. Рассказчик – официальный поэт, Василий Васильевич – литературный чиновник, редактор «толстого» журнала. Фальшивая жизнь героев «Поэмы» получает выражение в образности повествования Рассказчика: себя, Василия Васильевича и прочих подобного рода приспособленцев Рассказчик дает в образах природного мира, людей-животных, противопоставленных собственно людям, – соответственно в образах рыбы (щуки), кота и т.д. Мимикрия героев «Поэмы» в целом определяется их стремлением сделать карьеру и с ее помощью устроить свой быт по высшему разряду. Между тем выясняется, что мысли и Рассказчика, и Василия Васильевича занимает также вопрос о существовании души, вопрос, имеющий очевидный религиозный подтекст. Об этом устами Рассказчика Чичерин и сообщает в экспозиции «Поэмы».

Основные действия «Поэмы» схематически можно представить следующим образом. Однажды по весне Рассказчик-«щука» добывает в реке «судака» и вместе с другом-«котом» пожирает его; обнаружив воздушный пузырь, товарищи начинают воображать, что пузырь является местом хранения души. Впрочем, некий Дворник, Дед-«чудотворец», разъясняет Рассказчику, что душа находится не в воздушном пузыре, но в крови. Случай с «судаком» имеет для «кота» Василия Васильевича неожиданные последствия. Он исколот «глотку» костями, и некий «доктор» прописывает ему «покой», то есть помимо его воли отправляет, так сказать, «на больничный». Нетрудно догадаться, что вынужденный «покой» означает неприятности по службе – отрешение от должности. О неприятностях Василия Васильевича по службе Рассказчик сообщает иносказательно – в «притче» «Сказ о духе Лядове, об Ахинее Верхоглядове». Он выступает «рассказом в рассказе» и образует еще одно произведение, поскольку удваивает основную часть «Поэмы», сочинение Рассказчика о друге [см. подробно: 2, с. 106–114]. Соотнесенность Ахинея и Василия Васильевича очевидна: в основе сюжета «Сказа...» лежит история отстранения Верхоглядова от должности в некоем учреждении.

Однако «Сказ...» в сюжетном отношении произведение вполне самостоятельное. Ахинея – литературный чиновник; он большой любитель водки и табака, но главная его слабость – женский пол. О его любовных интрижках с некоей Катькой становится известно начальству из ЦК, и он попадает в немилость. Рассказчик сообщает о слухах, что испуганного отставкой Ахинея разбивает инфаркт и он умирает. За душой Ахинея приходит ангел Мулхамувес, посланец Сатаны, и уносит его душу в Ад. Сатана знакомится с Ахинеем и, выяснив, что Верхоглядыв настолько подл, что представляет опасность даже для Ада, решает отправить его обратно, в посюсторонний мир, с целью продолжать скрытую вредительскую деятельность. Ахинея неким невероятным образом снова оказывается на той же должности в том же учреждении, откуда ранее был изгнан начальством.

В конце «Поэмы» Рассказчик возвращается к герою своего произведения – Василию Васильевичу; он приводит содержание написанной другом-«котом» диссертации «О санитарном процветании». Это сочинение знаменует окончание вынужденного «покая» Василия Васильевича, то есть восстановление его служебного положения. В диссертации Василий Васильевич, дабы вернуть утраченные чиновничьи позиции, выказывает себя пламенным борцом с социально-бытовыми недостатками и лицемерно настаивает на том, что души не существует.

Понятно, что Чичерин рассматривает в «Поэме» события литературной жизни советской России 1950-х гг.; следовательно, можно предположить, что и Рассказчик, и Василий Васильевич имеют вполне конкретных, скажем так, прототипов. Следует, однако, заметить, что центральное место в «Поэме» Чичерин отводит не только и не столько сатирическому разоблачению литературного чиновничества, сколько рассмотрению самого феномена приспособленчества – его идейно-философским предпосылкам. Анализ этого аспекта «Поэмы» Чичерина и посвящена данная статья.

Повествование Рассказчика – поэма о друге, художественное сочинение; а значит, его речевая практика восходит к некоей интеллектуальной технике конструирования представления о человеке. Особенности речи Рассказчика указывают на наличие у него определенного идейно-философского подхода к действительности. С указания на него Рассказчик и начинает свое повествование. Так, он вспоминает об имевшей место еще в дореволюционное время беседе с неким интеллектуалом. Беседе, которая решительным образом повлияла на выработку его отношения к действительности. Рассказчик не сообщает, кому принадлежат слова о душе и Духе и что именно за ними стоит; однако он знает и эту персону, и суть сказанного ею. Общее представление об этой беседе можно составить по ее интерпретации героем-рассказчиком, она и задает направление для его поисков разгадки тайны души. Рассказчик сообщает об этом следующее: «Поверьте, друг, – в нас есть Душа! / и – Дух!! / Поверил. / Где? дыша, / они гнездятся в нашем теле – / не разобрался в этом деле. // Одни кричали: / – В мясе! / В сале!! / Меня / сомнения сосали. / Другие баяли: / – В мозги! / ты погляди... / Глядел... / – ни зги. // Я слышал: / – В тайниках Души / сокрыто всё, чем хороши / мы – люди... / А могучий Дух / хранит нас, что овец пастух...» [5].

Согласно представленной философской проповеди, душа являет собой предмет веры, так как она бесплотна. Между тем Рассказчик, утвердившись в вере в существование души, предполагает обнаружить ее местопребывание внутри телесности. Эта странность объясняется спецификой усвоенной им проповеди: очевидно, что ее суть заключается в представлении о том, что в фигуре человека на равных правах сочетаются духовные и плотские начала или, говоря по-другому, его фигура есть не размыкаемое единство этих начал. Эта проповедь примыкает к числу многочисленных опытов построения религиозной философии, которые в дореволюционную эпоху предпринимали интеллектуалы символистского круга. По всей видимости, усвоенная Рассказчиком философская проповедь является одной из модификаций «обновленного христианства», противостоявшего

одновременно и православной догматике, и нормам мещанской добропорядочности; именно сторонники «обновленного христианства», например Д.С. Мережковский или Вяч.И. Иванов, ставили цель выявить в телесном (социально-бытовом) самоосуществлении человека его духовный (религиозный) потенциал.

Концептуальное ядро искомой философской проповеди позволяют установить два центральных эпизода «основной» части «Поэмы» – повествования Рассказчика о Василии Васильевиче; они соотносятся как событие, в котором принимают участие герои Чичерина, и своего рода пояснение к нему. Первый эпизод – изложение истории о пойманном Рассказчиком-«щуккой» «судаке» и его пожирании вместе с другом-«котом». Герой-рассказчик и Василий Васильевич терзают «судака» инакоонец доходят до воздушного пузыря; при виде пузыря герои Чичерина замирают в священном трепете, предполагая, что именно в нем и заключается душа. Очевидно, что этот эпизод прямо отсылает к воспоминанию Рассказчика о давней философской проповеди: возникшее у него и его друга-«кота» предположение о душе в целом отвечает направленности проповеди, согласно которой душа обретается в телесном составе живого существа.

Между тем отождествление души с воздушным пузырем – только рабочая гипотеза, и, как вскоре выясняется, не вполне верная. Это следует из второго эпизода – разговора Рассказчика с Дворником, неким «дедом-чудотворцем». Дед доходчиво растолковывает, что душа хранится не в воздушном пузыре, а в крови. Как следует из его рассуждений, отождествление души с кровью определяется положением о «Матери-Природе» – о том, что именно она является истоком всех живых существ. Это положение, в сущности, и выступает фундаментом мышления Рассказчика: фигуру человека потому и возможно мыслить в образе животного, что человек – «дитё» природы-матери.

Пожирание «судака» оказалось чреватым для Василия Васильевича некими неприятностями: они представлены повреждением «глотки» и навязанным ему «доктором» против его воли «покоем». Рассказчик дает изложение истории неприятностей Василия Васильевича в форме «притчи» – «Сказа о духе Лядове...» и изображает мытарства друга-«кота» как злоключения Ахинея Верхоглядова. Притчевое соотнесение Василия Васильевича и Ахинея приводит нас к выводу о том, что герой-рассказчик фактически отождествляет ситуацию пожирания «судака» с любовной интрижкой героя «Сказа...».

Это отождествление опирается на целый ряд предпосылок, содержащихся в «основной» части «Поэмы». Так, обращает на себя внимание

обширный пассаж Рассказчика о весне, поре возникновения любовного влечения, и любви как таковой, пассаж, которым Рассказчик сопровождает, правда далеко отклоняясь от предмета своего повествования, изображение обстоятельств поимки «судака». Тематически этот пассаж инороден не только в данном эпизоде, но и во всей «основной» части «Поэмы»; однако его присутствие в повествовании наводит на мысль о том, что Чичерин использует его в целях увязки мотива пожирания с мотивом плотской любви, данным в «основной» части в свернутом виде.

Увязка мотивов пожирания и сексуальных отношений проводится в самом «Сказе...» – через контекст, в котором изображается любовная интрижка Ахинея и Катьки. Этим контекстом является поэзия М.Ю. Лермонтова, и в первую очередь стихотворение «Ангел» («По небу полночи ангел летел...»). Цитаты из этого стихотворения Рассказчик использует в качестве «комментария» на отношения Ахинея и некоей девицы, возможно той же Катьки, его любовницы. Отсылку Рассказчика к лермонтовскому стихотворению в повествовании об этой интрижке также трудно признать тематически уместной. Однако если мы учтем тот факт, что в «Ангеле» М.Ю. Лермонтов ставит вопрос о душе – вопрос, который находится у Чичерина в самом центре эпизода с «судаком», – будет необходимо допустить, что эта отсылка определенным образом работает именно на увязывание мотивов пожирания и сексуальных отношений.

Очевидно, что обе части «Поэмы» – и повествование о Василии Васильевиче, и «притчу» об Ахинее – Чичерин ориентирует на решение вопроса о душе. А это позволяет предположить, что происходящая в речи Рассказчика увязка мотивов пожирания и сексуальных отношений определяется у него некоей идейно-философской установкой: в рамках этой установки указанные мотивы выступают в качестве своего рода аспектов концепции души, той концепции, философская проповедь которой и определяет особенности бытового поведения героев «Поэмы». Эта концепция, структурно очерченная Чичериным в его произведении, и разрешает вопрос о тематических излишествах «основной» части «Поэмы» и «Сказа...» и их (тематической же) «разноголосице», а также объясняет смысл соотнесения фигур Василия Васильевича и Ахинея.

Таким образом, мы видим, что еще одним контекстом идеи о душе в «Поэме» выступает ситуация сексуальных отношений. Этот контекст и дает ключ к искомой философской проповеди. Особенности его подачи Чичерин связывает с лермонтовским «Ангелом»: с его помощью Рассказчик «комментирует» предысторию злоключений Ахинея – любовную интрижку с Катькой.

Следует отметить, что лермонтовские цитации специфичны для речи Рассказчика: «Сказ...» есть художественное сочинение и, следовательно, вкрапления в речь стихов из «Ангела» выступает у Рассказчика поэтическим (речевым) приемом. Иначе говоря, приведенные в «комментариях» цитации из «Ангела» указывают на то, что у Рассказчика имеется уже «готовая» трактовка творчества М.Ю. Лермонтова: лермонтовские коннотации любовной интрижки Ахинея только «всплывают» в его речи, и как раз потому, что он рассматривает интрижку в понятиях, выведенных в результате целенаправленного осмысления стихов поэта.

Трактовку «Ангела» героем-рассказчиком можно считать еще одним образчиком контрсемантизации канонизированной образности русской литературы. Однако данный случай контрсемантизации отнюдь не ситуативен, как те, что были представлены в «Поэме» ранее. Лермонтовские цитации фундируют в «Сказе...» мотив сексуальных отношений, и постольку, поскольку этот мотив связан у Рассказчика с мотивом пожирания, представленную в «притче» трактовку творчества М.Ю. Лермонтова следует рассматривать через призму представления о животных началах в человеке: через призму представления, которое Рассказчик проводит в «основной» части «Поэмы» – в эпизодах обнаружения души в воздушном пузыре «судака» и «правильном» ее отождествлении с кровью. Приняв во внимание специфику трактовки поэзии М.Ю. Лермонтова, согласно которой поэт рассматривает образ человека как природно-животный в самом его существе, мы можем утверждать, что Рассказчик последовательно эксплицирует в своей речи идеи вполне определенной религиозно-философской концепции. Той самой концепции, с проповедью которой он познакомился в дореволюционное время. Назвать имя создателя этой концепции не составляет большого труда: это Василий Васильевич Розанов. В розановских статьях как раз и дается трактовка поэзии М.Ю. Лермонтова, в рамках которой вопрос о духовности (душе) человека рассматривается в непосредственной связи с мотивами пожирания и сексуальных отношений.

Центральной особенностью «интерпретации» поэзии М.Ю. Лермонтова выступает симметричное переворачивание Рассказчиком мотивов, контекста и образности стихотворения «Ангел». Так, если лермонтовский Ангел несет душу еще не родившегося на свет Младенца, то Рассказчик повествует о приходе ангела Мулхамувеса, «бестии» (служителя Сатаны), за душой Ахинея, напротив только что расставшегося с жизнью. Рассказчик отдает отчет о разности ситуаций – лермонтовской и той, о которой он повествует; однако он оценивает эту разность как «поклеп» на поэта. Таким образом, мы видим, что цитации

из «Ангела», с помощью которых рассказчик изображает предысторию приключений Ахинея, не только и не столько сообщают нечто о любовной интрижке героя «Сказа...», сколько «исправляют» стихотворение М.Ю. Лермонтова – так сказать, раскрывают его «истинный» смысл. Генеральное значение в этом «исправлении» имеет «идентификация» лермонтовского Божьего Ангела с «бестией» Мулхамувесом. Очевидно, что Рассказчик воспринимает «божественное» у М.Ю. Лермонтова как «демоническое». Или, моделируя некое «объективное» представление Рассказчика, – видит в лермонтовском Ангеле образ одновременно и «божественный», и «демонический». Между тем такое представление о «божественном» и «демоническом» в поэзии М.Ю. Лермонтова полностью соответствует точке зрения В.В. Розанова [4, с. 88].

Наиболее разительным у Рассказчика в «исправлении» лермонтовского «Ангела» выступает «комментирование» цитатами из стихотворения «блудливых, срамных мыслей» [5] и ничуть не менее срамных отношений Ахинея с некоей «девкой». М.Ю. Лермонтов писал в стихотворении о бесплотной и невинной душе; рассказчик же, завычивая лермонтовские стихи, вставляет их в описание плотских – сексуальных – отношений героя «Сказа...». Иначе говоря, душа лермонтовского Младенца, которому еще только предстоит родиться, тематически сопрягается Рассказчиком с сексом. Логика этого удивительного сопряжения станет очевидна, если мы обратимся к другой статье В.В. Розанова – «По поводу одного стихотворения Лермонтова» (1904). В ней философ, опираясь на лермонтовские стихи, на сей раз – стихотворение «Морская царевна», обосновывает сущность сексуальных отношений именно рассуждениями о духовности человека. Собственно говоря, представленное В.В. Розановым обоснование и объясняет, почему философ интерпретировал «демоническую» образность М.Ю. Лермонтова как «божественную».

В лермонтовском стихотворении В.В. Розанова привлекла «загадка» превращения Морской царевны, выступающая сюжетным центром произведения: каким образом красота Девы, плещущейся в волнах моря, становится уродством, как только она оказывается на берегу? Философ полагал, что М.Ю. Лермонтов писал в стихотворении о любовном влечении Русалки к Царевичу; в соответствии с этим положением он и интерпретировал его сюжет. Согласно точке зрения В.В. Розанова, М.Ю. Лермонтов показывает, что сексуальные отношения, которые должна скрыть от посторонних глаз морская вода, куда зазывает Дева Царевича, прекрасны; но становясь видимы товарищам Царевича, оказываясь на свету, они тут же предстают безобразными. Превращение образа Морской царев-

ны – из прекрасного в безобразный – В.В. Розанов объясняет негативной оценкой любовного влечения, выработанной средневековым христианством. Так, сексуальные отношения, манящие своей красотой, были поняты иерархами христианской Церкви как греховные, а чудесные образы, указывающие на эти отношения, осмысленны как демонические. Сделав поправку на это обстоятельство, философ приходит к заключению о том, что «объективно» лермонтовские «демонические» образы – Морская царевна, Мефистофель (Мелкий бес, Сатана) из «Сказки для детей», Демон – это не что иное, как «видения Озириса» или «старца Зевса» [3, с. 382]. То есть это «видение» некоей божественной силы, которая в мифологии язычников предстает в образах богов, наделенных колоссальной сексуальной мощью. Отсюда В.В. Розанов делает вывод, что превращение красоты сексуальных отношений в безобразность вызвано страхом «нечистой силы» и, по сути, являет собой «самоиспуг человечества, который породил исторически всю европейскую так называемую демонологию» [3, с. 382].

Игнорируя собственно лермонтовскую проблематику, В.В. Розанов радикально перетолковывает «демонические» образы поэта и утверждает, что эти образы можно рассматривать и как «демонические», и как «божественные» – в зависимости от точки зрения. Сам философ склоняется к тому, чтобы считать их «божественными». По логике В.В. Розанова, в отношениях Русалки и Царевича М.Ю. Лермонтов изображает внутренний «порыв» человека – то, что из «божественного» обращается в «демоническое». Говоря иначе, поэт показывает ситуацию, когда духовное, так сказать материализуясь, претерпевает изменение и, утрачивая красоту, становится уродством. Такая интерпретация стихотворения М.Ю. Лермонтова дает возможность философу заключить, что превращение Морской царевны определяется не столько христианской догматикой, сколько принадлежностью ее красоты и уродства к принципиально различным «мирам». Так, безобразной Царевна предстает в «дневном мире», мире, открытом зрительному восприятию, в «по-сю-светной стороне» [3, с. 385] существования. Между тем в «ночном мире», недоступном зрению, в «по-ту-светной стороне» [3, с. 385] ее образ прекрасен. Иначе говоря, превращение Морской царевны вызывается неприятием человеком традиционной христианской культуры собственно духовного начала, начала, не отвечающего началу материальному, которое, по мысли В.В. Розанова, в христианстве становится критерием оценки духовной практики. Морская царевна – образ «по-ту-светной стороны» существования, мира «божественного», поэтому она и безобразна в «по-сю-светной стороне»; однако и в материальном мире есть некое место, в котором этот образ еще не причастен безобразию. Как по-

лагает В.В. Розанов, в этом месте «божественный» и материальный миры как бы пересекаются, и образ Морской царевны, являющий собой – с точки зрения материальности – «нечистый дух», выступает как «нуль греха» (здесь и далее разрядка в цитируемых текстах принадлежит В.В. Розанову): «...И если здесь, на суше и земле, мы ощущаем в роднике жизни какое-то чудное «начало греха», «прототип безобразия», то совершенно очевидно, что, лишь уменьшая их, получая «немножко греха» и «немножко безобразия», мы, так сказать, доводим «царевну» до разграничительной между землею и морем черты, но вовсе не ввергаем ее еще в пучину соленых волн. Нуль греха и безобразия...» [3, с. 384].

Опираясь на выведенное им «смысловое содержание» «Морской царевны», В.В. Розанов подбирает «нулю греха» образа лермонтовской Русалки «аналогию» из внехудожественной действительности. Философ рассуждает следующим образом. Любовный порыв, и в частности сексуальные отношения, в обыденной жизни рассматриваются как предосудительные; тем не менее есть такая сфера обыденности, в которой секс дозволяется и соответственно его «грех» оказывается в некотором роде сведен к «нулю». Это сфера семейных отношений: в рамках этих отношений секс, в принципе осуждаемый, оправдывается возникновением новой жизни – рождением младенца – и предстает в виде «нулевой» величины «греха»: «Младенец – вот еще самый читаемый луч трансцендентного царства <...>. Младенец «рождается», и таинственная «зорька», которую никак не перетащишь живою и в своем образе к дневному свету, просто разрешается в «рождающемся младенце». <...> Младенец есть плод сочетания полов, в простом и натуральном их факте, независимо от всяких «слов», которыми мы его окружаем...» [3, с. 385].

Это, столь своеобразное, представление о младенце основывается у В.В. Розанова на том обстоятельстве, что явившееся на свет дитя есть материальный эквивалент любовного порыва, силы, воздействующей на человека со стороны «божественного мира», эквивалент, делающий духовное начало человека приемлемым для материального мира. Между тем совершенно очевидно, что младенец наделяется философом таким высоким значением только потому, что рождение дитя, сводя «грех» к «нулю», оправдывает сексуальные отношения. Иначе говоря, фигура младенца используется В.В. Розановым в целях полной и окончательной реабилитации секса. Младенец – результат сексуальных отношений, за которыми стоит любовный порыв, а значит, он «вторичен» в сравнении с самим порывом. Соответственно в сексе, реализации любовного порыва, присутствует духовное измерение, в нем человек и совершает

выход в «по-ту-светную сторону» существования – в «божественный» мир. Об этом В.В. Розанов и пишет: «...Вернемся к человеческому младенцу; сочетание полов и, следовательно, полосношенье – вот бесспорный трансцендентный мир, «мир иной»...» [3, с. 385–386].

Рассмотренные нами идеи В.В. Розанова, выведенные философом в процессе интерпретации поэзии М.Ю. Лермонтова, имеют непосредственное отношение к вопросу о том, почему и как герой-рассказчик использует в «Сказе...» лермонтовского «Ангела» в качестве «комментария» к любовной интрижке Ахинея (и ее последствий). Несоответствие «Ангела» описываемой им истории Ахинея Рассказчик потому и «игнорирует», что он «рассматривает» стихотворение М.Ю. Лермонтова глазами В.В. Розанова, точнее – в розановском интеллектуальном контексте, «перекрывающем» контекст самого стихотворения.

Как мы уже отмечали, М.Ю. Лермонтов разрабатывает в «Ангеле» мотив души, мысля ее исключительно как инстанцию духовного порядка; однако в ходе сюжетного развертывания этого мотива поэт создает контекст, в котором образ души предстает на фоне земного «мира печали и грез». Стихотворение начинается с видения Ангела, который, напевая некую «песню», содержащую «непритворную хвалу» Господу, несет «душу младую». Завершается стихотворение словами о том, что эта душа, уже облеченная в плоть, «томится» земной жизнью, так как «скучные песни земли» не могут заменить ей запечатленных в ней звуков «тихой песни» Ангела [1, с. 95]. Нетрудно догадаться, что в «середине» стихотворения у М.Ю. Лермонтова «происходит» рождение Младенца – «душа младая» оказывается в человеческом теле. Это опускаемое поэтом обстоятельство – глядя на него глазами В.В. Розанова – можно увидеть как зачатие дитяти отцом и матерью и, еще конкретнее, как «полосношенье». С этой точки зрения лермонтовское видение Ангела, несущего бесплотную душу, есть «иносказание» о сексуальных отношениях, поскольку секс (а не дитя) и есть «бесспорный трансцендентный мир».

Мы видим, что, берясь «комментировать» любовную интрижку Ахинея с помощью лермонтовского «Ангела», Рассказчик только «пересказывает» идею В.В. Розанова о «полосношенье» как о «трансцендентном мире». И это закономерно, поскольку стихотворение М.Ю. Лермонтова иллюстрирует розановскую идею как нельзя лучше. Розановская «методология» чтения лермонтовской поэзии, «редуцирующая» рассматриваемый в «Ангеле» вопрос о душе к вопросу о сексуальных отношениях, и определяет данную Рассказчиком парадоксальную оценку стихотворения М.Ю. Лермонтова. Так, с одной стороны, Рассказчик считает,

что в «Ангеле» поэт нанес «туше» русской поэзии, сделал «поклеп» на нее [5]. С другой же – вполне по-розановски полагает, что это стихотворение «объективно» выражает существо любовной интрижки Ахинея. Замена Ангела Божия на ангела Мулхамувеса, уличающая М.Ю. Лермонтова в очередной «неправде», полностью отвечает идее В.В. Розанова об относительности (релятивности) в лермонтовской поэзии категорий «божественного» и «демонического» и в очередной раз указывает на философа как на источник представлений Рассказчика о поэте.

Лермонтовская образность «комментария» героя-рассказчика на любовную интрижку Ахинея являет собой прием контрсемантизации канонизированных образов – прием, с которым мы уже сталкивались в «основной» части «Поэмы». В случае с «Ангелом» Рассказчик изменяет смысловую перспективу образности М.Ю. Лермонтова точно так же, как и в случаях со стихами А.А. Блока и других авторов. Но с «Ангелом» играет роль ключа к приему: он показывает, что контрсемантизация канонизированной образности восходит у Рассказчика к приемам построения философской проповеди В.В. Розанова. Установление генезиса контрсемантизации дает возможность уточнить функцию, которую Чичерин связывает с использованием этого приема. Так, если в случае с «Ангелом» Рассказчик самым непосредственным образом следует за розановской интерпретацией, фактически пересказывая положения статьи «По поводу одного стихотворения Лермонтова», то в других случаях контрсемантизация выступает именно как художественный прием – как особенность поэтической речи Рассказчика (а не В.В. Розанова, к которому этот прием генетически восходит).

Судя по некоторым оговоркам, В.В. Розанов отдавал себе отчет в том, что, несмотря на те очевидные нравственные риски, с которыми была сопряжена сюжетика «Морской царевны», «Сказки для детей», «Демона» и других стихов, М.Ю. Лермонтов не менее оставался в пределах традиционной христианской морали. Соответственно лермонтовская поэзия для рассуждения философа о «полосношенье» как «трансцендентном мире» и не могла быть чем-либо иным, нежели поводом; собственно говоря, он и не скрывал этого обстоятельства – указывал на него в заглавиях своих статей. Однако В.В. Розанов не только использовал ее как повод, но и интерпретировал в нужном для него самом смысловом регистре, приписывая М.Ю. Лермонтову собственные идеи.

Прodelывая подобного рода операции, философ своевольно приспособливал лермонтовскую поэзию к своим идеям, направленным на реабилитацию сексуальной раскрепощенности

язычества, и в результате склонял читателя видеть в поэте певца «полосношенья», языческого пророка, охваченного видением «старца Зевса». В то же самое время В.В. Розанов отнюдь не утверждал, что М.Ю. Лермонтов был язычником; напротив, по его мнению, поэт был как раз христианином – по-этом истинного христианства, выявившим в своих стихах самую суть христианской религиозности, так сказать оболганную средневековой церковью. Этот ход, дававший В.В. Розанову возможность уклониться от лобового столкновения с церковным христианством, позволяет предположить, что философ использовал поэзию М.Ю. Лермонтова в целях приспособления своей персоны к христианской традиции, поскольку, не мотивируя он свои рассуждения «подлинным христианством» лермонтовских стихов, его идеи предстали бы откровенно языческими (или даже антихристианскими).

Очевидно, что В.В. Розанов адаптирует стихи М.Ю. Лермонтова, в целом имеющие христианскую направленность, к языческой традиции, которая и обеспечивает сексуальным отношениям чаемый философом «нуль греха и безобразия». Однако самые стихи поэта В.В. Розанов берет только для того, чтобы с их помощью приноровить свои рассуждения о сексе к христианской традиции; она предоставляет ему возможность связать сексуальную проблематику с идеей о «трансцендентном мире» и придать ей уже «положительную величину». Понятно, что розановская идея о «полосношенье» как о «трансцендентном мире», опирающаяся на интерпретацию поэзии М.Ю. Лермонтова, не отвечает ни языческому, ни христианскому моралитетам, она им внеположна. Строго говоря, обе религиозные традиции, как и лермонтовские стихи, которые философ рассматривает (когда ему это выгодно) то в языческом контексте, то в христианском, важны для него постольку, поскольку предоставляют средства для апологии секса как

«простого и натурального факта» [3, с. 385]. Иначе говоря, интерпретация В.В. Розановым поэзии М.Ю. Лермонтова есть не столько решение метафизических задач, сколько выражение своего рода моральной индифферентности философа. С этой точки зрения, философская проповедь В.В. Розанова о «полосношенье» как о «трансцендентном мире» выступает структурой, эксплицирующей специфику его мышления, суть которой состоит в приспособлении идейной конструкции к интересам обыденной жизни, необходимом для того, чтобы вписать эти интересы в самую идейную конструкцию, уже, разумеется, превращенную.

Следовательно, контрсемантизация имеет у Чичерина не только символическое значение, помечающее героя-рассказчика как приспособленца, принаравливающего чуждую ему действительность к своим бытовым интересам, но и антропологическое – значение, указывающее на то, что в этом приеме Рассказчик выражает свое приспособленчество на психофизическом уровне – на уровне речи. Чичерин имеет в виду то обстоятельство, что Рассказчик, помимо собственно описания действий, которые, ввиду их несоответствия нормам общепринятой морали, опознаются как приспособленчество, сообщает о своем приспособленчестве в речи как таковой, взятой как бы вне ее смыслового наполнения или, что точнее, взятой в каком бы то ни было смысловом наполнении. Согласно Чичерину, говоря нечто, даже то, что отвечает общепринятым нормам морали, Рассказчик именно принаравливается к чуждой ему действительности, так как в этот момент его приспособленчество не может быть обнаружено иначе, как в его речи. Речь Рассказчика, рассматриваемая в плане приемов ее построения, невольно открывает его приспособленчество, и именно потому, что в ее основе лежит прием контрсемантизации канонизированной образности.

Библиография использованных источников:

1. Лермонтов М.Ю. Ангел // Лермонтов М.Ю. Сочинения. В 2 т. М., 1988. Т. 1.
2. Мороз О.Н. «Поэма» А.Н. Чичерина в контексте трансформации социально-политической жизни СССР 1950-х годов // Наследие Ю.И. Селезнева и актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории: материалы второй Международной научно-практической конференции (Краснодар, 24–25 сентября 2015 г.). Краснодар, 2015.
3. Розанов В.В. По поводу одного стихотворения Лермонтова // Розанов В.В. Сочинения. М., 1990.
4. Розанов В.В. Концы и начала, «божественное» и «демоническое», боги и демоны (По поводу главного сюжета Лермонтова) // Розанов В.В. Собрание сочинений. О писателях и писательстве. М., 1995.
5. Чичерин А.Н. Поэма [машинопись с авторским автографом]. М., 1960. РГАЛИ.Ф. 2212. Оп. 1. Ед. хр. 7.

References:

1. Lermontov M.Y. Angel // Lermontov M.Y. Writings. In 2 Volumes. M., 1988. V. 1.
2. Moroz O.N. A.N. Chicherin's «Poem» in the context of the transformation of the social and political life in the USSR in the 1950s. // Y.I. Seleznyov's heritage and actual problems of journalism, criticism, literary studies, history : Materials of the II International scientific and practical conference (Krasnodar, September 24–25, 2015). Krasnodar, 2015.

3. Rozanov V.V. About one poem by Lermontov // Rozanov V.V. Writings. M., 1990.
4. Rozanov V.V. Endings and beginnings, «divine» and «demonic», gods and demons (About Lermontov's main plot) // Rozanov V.V. Collection of writings. About writers and writing. M., 1995.
5. Chicherin A.N. Poem[typewriting with the author's autograph]. M., 1960. RGALI [The Russian State Archive of Literature and arts]. F. 2212. Inv. 1. Doc. 7.

УДК 82.09

Павлов Юрий Михайлович

*доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры публицистики и журналистского мастерства
Кубанского государственного университета*

«РУССКАЯ ТЕМА» В. ПЬЕЦУХА — ОБРАЗЕЦ НЕПРОФЕССИОНАЛИЗМА

Аннотация: В статье рассматриваются положения сборника эссе о русской литературе известного в России писателя. Оценки В. Пьецуха представлены как дискредитирующие отечественную классическую литературу и русских писателей (Достоевский, Есенин, Пришвин, Пушкин).

Ключевые слова: русская литература, русский писатель, русская тема.

Pavlov Yuriy Mikhailovich

*Doctor of Philology
Professor of Department of Publicism and Journalistic Mastery
Kuban State University*

«RUSSIAN THEME» BY V. PYETSUKH — AN EXAMPLE OF UNPROFESSIONALISM

Abstract: The article focuses on some issues from the collection of essays about Russian literature by the famous writer in Russia. V.Pyetsukh's judgements are presented as disreputable for national literature and Russian writers (Dostoevskiy, Esenin, Prishvin, Pushkin).

Keywords: Russian literature, Russian writer, Russian theme.

Во второй половине 80-х годов XX века началась очередная — теперь либеральная — кампания по дискредитации классиков русской литературы. Кампания, которая в XXI веке набрала еще большую силу. Книга В. Пьецуха «Русская тема» [1], вышедшая 10-тысячным тиражом, огромным, по нынешнему времени, — типичный образец продукции такого рода.

В аннотации к книге говорится, что в ней собраны «очень личностные и зачастую эпатажные эссе». Акцент на эти особенности «Русской темы» не объясняет ничего: жанр, форма выражения мыслей Пьецуха не раскрывает сути главной проблемы, с которой сталкивается читатель. А она, думается, заключается в том, насколько авторская версия литературной биографии героев книги соответствует реальным фактам жизни и творчества русских классиков. И с этим — добросовестным, объективным, профессиональным отношением к фактам — у Вячеслава Пьецуха большие проблемы, наиболее явные там, где он говорит о нелюбимых им писателях.

Эссе «О гении и злодействе» буквально фонтанирует неприязнью к Ф.М. Достоевскому,

что для единомышленников Пьецуха — давняя традиция. Особенность позиции автора данного эссе проявляется иначе: он приписывает отношение ненавистников великого писателя всем его современникам. «О гении и злодействе» начинается утверждением, которое станет ключевым, лейтмотивным: «Достоевского не любили.

Его не любили женщины, каторжники, западники, студенты, III отделение, демократы, аристократы, славянофилы, наборщики, домовладельцы, издатели и писатели».

В этом суждении Пьецуха вызывает возражение и само деление на группы, границы между которыми условны, подвижны либо вообще отсутствуют (как в случае с западниками и демократами), и единоплеменные внутри каждой группы, и то, как определяется всеобщее отношение к Достоевскому. Говорить о всех группах «нелюбителей» писателя нет места и смысла, приведу несколько примеров, свидетельствующих об ином — о любви к Достоевскому.

Лев Толстой, как известно, не жаловал многих своих предшественников и современников.

К Федору же Михайловичу он испытывал любовь, в чем признавался в письме к Николаю Страхову. Подтверждением искренней приязни стала и реакция Льва Николаевича на смерть Достоевского: «...И вдруг, когда он умер, я понял, что он был самый близкий, дорогой, нужный мне человек»; «Опора какая-то отскочила от меня. Я растерялся, а потом стало ясно, как он мне дорог, и я плакал и теперь плачу».

Каторжане не любили Достоевского до тех пор, пока он не видел в них людей, когда же писатель стал смотреть на собратьев по несчастью «марейскими» глазами, научился находить человека в человеке, неприязнь к нему исчезла.

Об отношении читателей к Достоевскому говорят и тиражи тех журналов, которые он редактировал и где был основным автором. В первый год издания «Времени» подписчиков было 2300; а уже в следующем году их стало 4302 человека. Ситуация повторилась через десять лет в «Гражданине». В 1871 г. тираж умирающего журнала с «плохой» репутацией с приходом Достоевского сразу увеличился в два раза.

О любви к писателю людей разного происхождения, положения, мировоззрения свидетельствует их реакция на его смерть. Достоевского провожали в последний путь великие князья, кабинет министров во главе с Лорис-Меликовым, Владимир Соловьев, Константин Победоносцев, Николай Страхов и многие другие известные и неизвестные люди России. Более 10 тысяч человек заполнили Кузнечный переулок и Владимирскую площадь, одних венков было шестьдесят семь, пятнадцать певчих хоров... По свидетельству Н. Страхова, «похороны Достоевского представляли явление, которое всех поразило. Такого огромного стечения народа, таких многочисленных и усердных заявлений уважения и сожаления не могли ожидать самые горячие поклонники покойного писателя. Можно смело сказать, что до того времени никогда еще не бывало на Руси таких похорон».

И в других главах «Русской темы», в первую очередь таких как «Товарищ Пушкин», «Нос», «Тяжелые люди, или Проведение и поэт», «Одна, но пламенная страсть», «Последний гений», Пьецух стремится принизить, опошлить, осмеять все то высокое в жизни и литературе, что, собственно, и делает человека личностью духовной, а литературу – национальной, русской. Главная цель автора книги – представить жизнь-трагедию как жизнь-анекдот, христоцентричную отечественную словесность как порождение «тяжелых людей», «злодеев», по-разному ущербных, отпавших от Бога писателей. Например, в эссе о Сергее Есенине «Одна, но пламенная страсть» утверждается, что главной страстью поэта была не его любовь к Рос-

сии, а страсть к самоубийству, самоуничтожению, якобы присущая русским.

В отличие от многих и многих, «правых» и «левых», Вячеслав Пьецух версию об убийстве Сергея Есенина обходит стороной, даже не упоминая о ней. Обходит по понятным причинам. С Э. Хлысталовым, Ф. Мороховым, С. Куняевым, Е. Черносвитовым и другими исследователями, убедительно доказывающими факт убийства поэта, Пьецух спорить не решается. Версия же о самоубийстве органично вписывается в миф о страсти к самоуничтожению.

Произведения Есенина Пьецухом не анализируются. Не анализируются, уверен, потому, что сие занятие явно не по силам Вячеславу Алексеевичу. К тому же, видимо, он понимает, что к текстам Есенина ему лучше не прикасаться... Они сами по себе – опровержение сверхнесправедливых, убогих, мертворожденных оценок Пьецуха. Цитировать автора «Русской темы» мерзко, но приходится: «...Он (Есенин. – Ю.П.) постоянно сбивался с истинного пути. Отсюда все эти пьяные клены и тополя, буйные головушки, бесконечные синтаксические ошибки, невозможные конструкции, вроде “И мечтаю только лишь о том”, сусальности и прочие “спинжаки”»; «...Он наиболее живо отразил нашу национальную наклонность к самоуничтожению, улестил русака разнузданностью и надрывом своей поэтики».

Когда же Пьецух «развенчивает» Есенина на материале фактов его биографии, то наглядно демонстрирует свои «знания», свою редкую «ученость». Особенно меня умиляет следующее утверждение: «Частенько ночевал по милицеским пикетам, но без последствий, поскольку Каменев приказал уголовных дел на Есенина ни под каким видом не заводить».

Про пикет – это, конечно, сильно сказано, как иностранцем... Спишем сей казус на особую возбужденность Пьецуха, вызванную «спинджаками» и «бесконечными синтаксическими ошибками». Зададим риторический вопрос по биографии Есенина: суд над поэтом и многочисленные уголовные дела, заведенные на него, – это не последствия? Знает об этих фактах Пьецух или нет, сказать затрудняюсь, хотя знать обязан. По свидетельству Сергея Куняева, на сегодняшний день удалось обнаружить 8 уголовных дел (три оригинала и пять копий), заведенных на Сергея Есенина в период с 1920 по 1925 годы. Эдуард Хлысталов выдвигает иную версию в своей книге с говорящим названием «13 уголовных дел Сергея Есенина» (М., 2006).

И еще... Во-первых, Есенин был женат трижды, а не пять раз, как утверждает Пьецух. Во-вторых, в предложении «он как-то пробился на прием к императрице Александре Федоровне» – туман, загадочность, неточность неуместны, ибо

уже как минимум сорок лет назад этот эпизод из жизни Есенина был прояснен В. Вдовиным и П. Юшиным. И наконец, если последнее стихотворение поэта «До свиданья, друг мой, до свиданья...», написанное кровью, есть, по Пьецуху, проявление «дурного вкуса», то впору ставить вопрос о душевном здоровье, нравственной вменяемости эстета-оценщика...

В начале каждой главы Пьецух транслирует идею, которая далее развивается, обыгрывается на все лады. Чаще всего эта идея вынесена в заглавие, как, например, в эссе «Колобок» о Михаиле Пришвине. Сказочный персонаж – это, по Пьецуху, образ, выражающий сущность писателя, который «всех улестил, всех обманул, избежал кары за абстрактный гуманизм, оставил по себе (так у Пьецуха. – Ю.П.) чудесную прозу, которая вроде бы никак не могла появиться в царстве большевиков».

Показательно, что данное утверждение подается как аксиома: отсутствует не только анализ произведений Пришвина советского периода, но даже их упоминание; не цитируется, не комментируется и «главная книга» писателя – его уникальные дневники... «Повезло» только сборнику «За волшебным колобком», на материале которого Пьецух стряпает свой анекдот о Пришвине. Однако и в данном случае название книги утаивается от читателя. Утаивается потому, что вслед за названием автоматически должен всплыть год публикации – 1908-й, и тогда возникнут неудобные вопросы, ответы на которые в «Русской теме» отсутствуют.

И вообще – чем в очередной раз повторять мерзости в адрес России и русских, доставляющие вам, Вячеслав Алексеевич, явное наслаждение, потрудились бы лучше подтвердить свою «колобковую» версию конкретными фактами жизни и творчества Михаила Пришвина. И, пожалуйста, не забудьте о «Журавлиной родине», «Осударевой дороге», «Корабельной чаще», дневнике... Вы, конечно, можете делать вид, что не существует этих просоветских и однозначно советских книг, не существует многочисленных записей Пришвина разных лет подобной направленности. Вот только некоторые высказывания писателя, «съедающие» вашего «колобка», Вячеслав Алексеевич: «Большевики оказались правыми. Власть надо было брать, иначе всё вернулось бы к старому»; «В новой вещи своей я хочу дать путь к коммунизму, не тот, каким дают его доктринеры, а каким я иду к нему, моя работа “коммунистическая по содержанию и моя собственная по форме”, и такая моя, чтобы умный человек справа не подозревал меня в подхалимстве»; «Я – коммунист, и как все мы: солдат красной армии, выступающий на бой за мир»; «Слова Белинского сами по себе еще ничего не значат и нужен к этому плюс: коммунизм. Значит, Белинский предчувствовал слово, но не знал

его, а Ленин это слово сказал для всего мира: это слово – коммунизм».

Я, конечно, не свожу всё разнонаправленное, противоречивое мировоззрение и творчество Михаила Пришвина к идеологически окрашенным произведениям и высказываниям, а лишь настаиваю на том, что игнорировать их глупо, бесчестно, непрофессионально...

В тех же случаях, когда Пьецух снисходит до передачи реалий биографии Пришвина и других героев своей книги, то оперирует преимущественно общеизвестными – на уровне школы – фактами, сдабривая их приправами собственного изготовления. Например, в главе о Пришвине сообщается: «Из 3-го класса елецкой гимназии его исключили как грубияна по доносу учителя географии Василия Васильевича Розанова, будущего мыслителя, известного на всю Русь, который, в частности, очень гордился тем, что женат на любовнице Достоевского».

Следует уточнить: Пришвина исключили не из 3-го, а из 4-го класса. А то, что Пьецух мягко называет грубиянством, было угрозой Розанову лишить его жизни, о чем Василий Васильевич и сообщил директору гимназии. Донос же – это другое, господин писатель. К тому же, зачем сообщать об Аполлинарии Сусловой в елецкий период жизни Розанова, если он расстался с ней ещё в Брянске. Более того, узнав, что Сулова хочет вернуться, Розанов, по сути, бежал от нее в Елец.

Одна из самых показательных глав книги «Русская тема» – «Товарищ Пушкин». Панибратское, похлопывающее по плечу отношение к русской классике проявляется в данном случае и в названии, и в характерных ернических интонациях, и в специфической лексике, и в авторском видении судьбы Пушкина. Судите сами: «...Почему именно он велик, – нипочем не растолкуешь, ум расступается, как говорили в старину, знаешь только про себя, что Пушкин велик, и ша.

А почему действительно он велик? Ну, сочинил человек триста четырнадцать стихотворений <...>

Ну, сказки складывал на манер народных, только русского человека сказкой не удивишь. Ну, написал остросюжетную повесть “Пиковая дама” и приключенческий роман “Капитанская дочка”, но в чем их всемирно-историческое значение – не понять».

Первая реакция, которая возникает после прочтения таких «открытий» – это желание оспорить конкретные оценки, не говоря уже о «мелочах»: жанре «Капитанской дочки», высказываниях типа «и рифмой пользовался удручающей, вроде “ободрял – размышлял”» и т. д. Но невольно одергиваешь себя: быть может, это игра (любят наши «левые» всякие игры, шутки, балаган), и

приведенные строки – голос «темного» народа... Тогда почему в других суждениях о Пушкине и литературе вообще, где голос автора звучит серьезно, без примеси «придурковатости», разницы между условным «убогим» собеседником и «просвещенным» автором не чувствуется? Сие, думаю, происходит потому, что и в маске, и без маски Вячеслав Пьецух демонстрирует исключительно поверхностно-примитивный взгляд на личность и творчество Пушкина. Все его размышления о поэзии и «допоэзии», художественной прозе, «нерве нашего способа бытия», русской истории и человеке «гроша ломаного не стоят», как выражался один литературный персонаж. Разбирать, комментировать суждения В. Пьецуха – это значит принять правила игры «дурака», претендующего на роль мыслителя, и всерьез обсуждать его «шедевры», от которых можно задохнуться без противогаза, да к тому же возникает вполне определенное желание «экстремистского» толка...

Видимо, издателям сего труда не жалко ни читателей, ни Пушкина, ни бумаги, и такой уровень разговора о судьбе, творчестве русского гения их устраивает. Приведу самые «безобидные» суждения Пьецуха: «...Пал <...> в результате жестокой склоки, в которой были замешаны женщины, гомосексуалисты и дураки»; «Да только по существу все его повести и рассказы суть раскрашенные картинки, дающие плоскостное изображение, и относятся к жанру изящного анекдота»; «Взять, к примеру, “Сказку о рыбаке и рыбке” – ведь это же исчерпывающая и едкая копия нашей жизни...».

Непонятно, какую ценность представляют фантазии Пьецуха на тему, что было бы, если бы Пушкин жил в советское время, что сказали бы о нем с трибуны съезда и что поэт подумал бы в ответ... И подобных несуразностей в книге предостаточно, как то, воображаемая беседа Федора Достоевского с Вячеславом Пьецухом на званом вечере у Корвин-Круковских («О гении и злодействе»). Эти выверты – один из вариантов проявления творческой неполноценности Пьецуха.

В целом же очевидно, что стоит за такими «выпуклениями», фантазиями, произволом, что движет автором «Русской темы». Ненависть к России и русским. Невольно вспоминается «Лицо ненависти», название книги справедливо забытого литератора Виталия Коротича. Именно такое лицо у «Русской темы» В. Пьецуха.

Символично, что эпиграфом ее является следующая неточная цитата из Пушкина: «Догадал меня черт родиться в России с душою и талантом». Она явно проецируется Пьецухом на самого себя, воспринимается как автопортрет. Однако пушкинское высказывание и в эпиграфе, и в тексте книги приведено в усеченном виде и без указывающего на это многоточия. К тому же

в главе «Товарищ Пушкин» цитата предшествует такой авторской подводка: «...И грустно смотрит на пьяных михайловских парней, которые поют и играют песни. Думает...»

Данная сцена сочинена Пьецухом для того, чтобы в очередной раз (после цитаты, так сказать, с опорой на авторитет Пушкина) врезать по ненавистным русским: «И то верно, добавим от себя, отчасти досадно обретаться среди народа, который даже веселиться не умеет без того, чтобы до краев не залить глаза».

Поясню: весь этот сюжет к Пушкину не имеет никакого отношения. Цитата взята из письма поэта к жене от 18 мая 1836 г., где говорится о предстоящих родах Наталии Николаевны, финансовых вопросах, петербургских и московских новостях, о проблемах Пушкина-журналиста. Именно порядки, царящие в журналистике, вызывают опасения и возмущение Пушкина, почему и появляются следующие слова: «Мордвинов будет на меня смотреть, как на Фаддея Булгарина и Николая Полевого, как на шпиона: черт догадал меня родиться в России с душою и с талантом!»

Шулерские приемы Пьецуха в комментариях не нуждаются, но есть смысл напомнить другое. Пушкинские слова, полюбившиеся автору «Русской темы» и его единомышленникам, сказаны в сердцах. Они не являются выражением мировоззрения писателя, не прорастают в его разножанровом творчестве. Позиция Пушкина по данному вопросу выражается в письме к П. Чаадаеву от 19 октября 1836 г.: «Хотя лично я сердечно привязан к государю, я далеко не восторгаюсь всем, что вижу вокруг себя; как литератора – меня раздражают, как человека с предрассудками – я оскорблен, – но клянусь честью, что ни за что на свете я не хотел бы переменить отечество или иметь другую историю, кроме истории наших предков, такой, какой нам Бог ее дал».

Бессмысленно, конечно, искать подобное отношение к России в книге Пьецуха. И потому, что его испепеляет ненависть, и потому, что наличие у него души, таланта вызывает большие сомнения. Литература для автора «Русской темы» – лишь материал для выражения своего восприятия России и русских. Не случайно и показательно, что собственно «литературные биографии» в книге уступают по объему размышлениям Пьецуха о жизни.

Казалось бы, у него, историка по образованию, «нелитературная» часть каждого эссе должна быть содержательнее, профессиональнее, наконец, умнее «литературной» части. Однако Пьецух-историк равен Пьецуху-литератору...

Представление о «Русской теме» будет неполным, если не сказать, что далеко не все писатели вызывают у автора неприязнь. Еди-

номышленниками, союзниками Пьецуха по его воле – обоснованно, а чаще всего необоснованно – являются В. Белинский («Вечный Виссарион»), А. Герцен («Былое и думы»), Н. Лесков («Наваждение»), А. Чехов («Уважаемый Антон Павлович!»), И. Бабель («Всем правдам правда»), М. Зощенко («Курская аномалия»). Уровень суждений о личностях и творчестве названных авторов ничем не отличается от уровня литературных биографий писателей, о которых уже шла речь. Например, с Виссарионом Белинским Пьецух солидарен практически во всем. В том числе явно греет его следующая мысль критика: «...Творчество есть удел немногих избранных».

Нет сомнений, что к избранным Пьецух относит и себя. Показательно, как в главе «Вечный Виссарион» Пьецух в присущей ему манере ветхозаветного пророка вещает: «Если бы мы читали Белинского, у нас вряд ли затеяли спор о том, хорошо делают те писатели, которые строят свои тексты на основе синтаксиса районного значения, или нехорошо? <...> Потому что захолустный вокабуляр созидает не народность, а простонародность, и всякими “кабыть” и “мабуть” читателя за нос не проведешь, потому что литература – это не этнография, а литература».

Во-первых, «кабыть» и «мабуть» – это не синтаксис, а лексика, что должно быть известно самому посредственному ученику. Районного же синтаксиса нет и быть не может по определению.

Во-вторых, простонародность, по Белинскому, создает не «захолустный вокабуляр», а изображение жизни «черни», социальных низов, о чем критик говорит в известной статье «Сочинения Александра Пушкина», и не только в ней. Пьецуху вместо того, чтобы фантазировать на пустом месте, не мешало бы перечитать Белинского.

В-третьих, определение автора «Русской темы» «литература – это <...> литература» квалифицируется вполне однозначно, и те, кому адресована книга (учителя, преподаватели, студенты и т. д.), уверен, по достоинству оценят сей «шедевр».

Очевидно и другое: у писателя Пьецуха серьезные проблемы с русским языком, о чем свидетельствуют следующие цитаты из «Русской темы»: «очень невысокого роста», «прямо дворянских поступков Есенин не совершал», «налаживая спасательные дорожки», «огромное большинство стихотворений», «страна-то его породила отъявленная», «снесемся со случайно подвернувшимся историческим примером» и т. д.

Еще одна отличительная особенность книги Пьецуха – многочисленные темные места, когда писатель выражается столь туманно или «неординарно», что приходится гадать и о смысле, и о том, чем «затемненность» вызвана: проблемами с русским языком или с логикой мышления. Вот, скажем, об отце Белинского в главе «Вечный Виссарион» сказано, что он «хотя и попивал, но не ходил в церковь и читал Вольтера». То есть синтаксическая конструкция предложения и его смысл позволяют говорить о следующем огороднобузинокиевскодядьковском открытии писателя: выпивающий человек ходит в церковь и не читает Вольтера.

«Русская тема» Пьецуха отличается от многих других плохих книг не просто редчайшим непрофессионализмом и наплевательским отношением к читателю, но и тем, что в своем мовизме-плохизме автор близок к совершенству или периодически его достигает. Например, в главе «Колобок» Пьецух утверждает: «...Мы тысячелетия живем бок о бок с норвежцами на задворках Европы, прямо в одних и тех же геополитических условиях».

Мягко выражаясь, гипергипербола о тысячелетиях кажется верхом точности на фоне «одних и тех же геополитических условий» двух стран...

В. Пьецух очень часто и с явным удовольствием пишет в своей книге о русских дураках, но если впредь он будет мыслить на уровне «Русской темы», то равных ему среди дураков в России не будет...

Библиография использованных источников:

1. Пьецух В.А. Русская тема. М., 2008.

References:

1. Pyetsukh V.A. Russian theme. M., 2008.

УДК 070.15

Синкевич Маргарита Сергеевна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры рекламы и связей с общественностью

Кубанского государственного университета

ПРОГРЕССИСТСКАЯ ИДЕОЛОГИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Аннотация: Рассматриваются «прогрессивные» тенденции современной журналистики в контексте аксиологии.

Ключевые слова: прогресс, прогрессивная интеллигенция, прогрессивные тенденции, русофобия, традиция, новаторство.

Sinkevich Margarita Sergeevna

Candidate of Philology

Associated Professor of Department of Advertisement and Public Relations

Kuban State University

PROGRESSIVE IDEOLOGY IN MODERN MASS MEDIA

Abstract: The article focuses on the «progressive» tendencies of modern journalism in the context of axiology.

Keywords: progress, progressive intellectuals, progressive tendencies, Russophobia, tradition, innovation.

Зараза чужебесия, ненависть к своей Родине появились в России, конечно, не в XIX веке. Но именно в 30–40-е годы данного столетия возникла «партия», главной идеологической установкой которой стала русофобия. Лидер этой партии западников Виссарион Белинский откровенно признавался: «Мы люди без отечества – нет, хуже, чем без отечества: мы люди, которых отечество – призрак...» (миф о Белинском как лучшем русском критике и благородном человеке успешно разрушает Юрий Павлов в статье «Белинский как эмбрион, или Спасибо Винникову») [9].

Поэтически главную сущность прогрессистов-общечеловеков очень точно выразил Григорий Печерин (эмигрант, принявший католицизм; кстати, и В. Белинскому Ф. Достоевский предрекал судьбу эмигранта и приживальщика):

Как сладостно отчизну ненавидеть!

И жадно ждать ее уничтоженья!

Но самое страшное, что чужебесием-русофобией была заражена большая часть интеллигенции, творческих и деловых людей, которые, по сути, объявили негласную войну традиционной России. Василий Розанов вспоминал, что в гимназиях и университетах преподаватели воспитывали ненависть к России и желание уничтожить ее.

Ф.М. Достоевский, один из самых последовательных оппонентов западников-либералов, с горькой иронией констатировал: «Пусть все вокруг нас и теперь еще не очень красиво; зато сами мы до того прекрасны, до того цивилизованны, до того европейцы, что даже народу стошнило на нас глядя. Теперь уже нередко нас совсем за иностранцев считает, ни одного слова нашего, ни одной книги нашей, ни одной мысли нашей не понимает, – а

ведь это, как хотите, прогресс» [13, с. 210]. Так великий русский писатель обозначил языковую и духовно-ментальную пропасть, разделившую россиян на два лагеря: прогрессистов-космополитов и консерваторов-традиционалистов. Представителей последних становится с каждым днем все меньше. Вот и Валентин Распутин ушел...

Сегодня уже мало кого «тошнит» от «прогресса» в СМИ и в либеральных головах, «прогресса», который ведет нас к гибели. Иван Ильин когда-то очень точно заметил: люди часто верят и служат тому, что их разрушает [4]. Примеров тому множество. Мог ли кто-нибудь в России лет тридцать назад представить, что будет возможно существование движения, подобного «чайлдфри» («свободные от детей»). «Примерно каждая пятая москвичка в возрасте 30–40 лет заявляет, что не собирается иметь детей. По России показатель ниже – примерно каждая пятнадцатая» [1]. Тогда трудно было представить и то, что кому-то в голову придет мысль предложить ребенку выбрать свой пол.

В одном ряду с такими новшествами стоит и институт ювенальной юстиции, абсолютно чуждый нам во всех отношениях. Об этом «отчаянно кричат» заголовки статей в Интернете (видимо, написанных остатками того самого «простого народа»): «План по изъятию 180 тыс. детей из семей. Ювенальный кошмар», «Чем грозит ювенальная юстиция», «Ювенальная юстиция – инструмент уничтожения», «Казнь родителей ювенальными судьями», «Глобализация против семьи»... и даже «Путин возглавил борьбу против ювенальной юстиции» [8]. Но тщетно. «Прогрессивной» общественности виднее. И сегодня законодательно и практически ювенальная юстиция – реальность нашей жизни.

Среди «прогрессивных» тенденций современности, продвигаемых многими СМИ, журналистами, телеведущими, выделяется стремление лишить нас национальной гордости, исторической памяти, самодостаточности, самобытности – Родины.

В начале 2014 г. в связи с грядущим 70-летием со дня освобождения Ленинграда на «Дожде» состоялось интервью с писателем Виктором Ерофеевым, который в качестве редактора, автора, ведущего отметился на канале «Культура», радио «Свобода» и др. Кроме этого, с 1998 года В. Ерофеев был членом комиссии по Государственным премиям при Президенте РФ. Пригласили его по нескольким причинам. Во-первых, Ерофеев писатель, а «писателю полагается осмысливать историю, и сегодняшний день во всем их объеме» [2]. Во-вторых, его бабушка и дедушка – блокадники. То, что Ленинград не сдали, Ерофеев считает людоедством: «И надо сказать, что вот это людоедство, эта бесчеловечность, она же до сих пор и осталась, этими генами ушла в нас». На этом редакторы «Дождя» не остановились и инициировали опрос: «Нужно ли было сдать Ленинград?», что вызвало в обществе взрыв негодования.

В унисон с русофобами разных мастей – от американских до украинских – российские прогрессисты пытаются перечеркнуть нашу Великую Победу и поставить воинов, спасших мир от фашизма, в один ряд с гитлеровскими преступниками.

Так, Александр Подрабинек (главный редактор агентства «ПРИМА-News», главный редактор газеты «Экспресс-Хроника», корреспондент Международного французского радио в Москве) настаивает: «Пора прекратить лицемерные причитания о чувствах ветеранов, которых оскорбляют нападки на советскую власть. Зло должно быть наказуемо. Его служители – тоже. Презрение потомков – самое малое из того, что заслужили строители и защитники советского режима» [11].

Еще раньше российский журналист Александр Минкин («Московский комсомолец», «Московские новости», «Огонек», «Новая газета») озвучил то, на что многие прогрессисты сегодня уже не решатся: «Может, лучше бы фашистская Германия в 1945-м победила СССР. А еще лучше б – в 1941-м!» [6].

Разные исследователи писали о механизмах подготовки государственного переворота, смены власти. Сергей Кара-Мурза в книге «Власть манипуляции» вспоминает об учении Антония Грамши: «Гегемония опирается на «культурное ядро» общества, которое включает в себя совокупность представлений о мире и человеке, о добре и зле, прекрасном и отвратительном, множестве символов и образов, традиций и предрассудков, знаний

и опыта многих веков. Пока это ядро стабильно, в обществе имеется «устойчивая коллективная воля», направленная на сохранение существующего порядка» [5, с. 54]. И вся разнонаправленная деятельность наших «прогрессистов» XIX–XXI вв. была направлена на ослабление и уничтожение этой «коллективной воли».

Уничтожение «святынь» как путь к уничтожению народа, общества, государства продемонстрировало свою эффективность в эпоху русской революции – время особой активности российской прогрессивной интеллигенции. Об этом фильм Никиты Михалкова «Солнечный удар». В киноленте мастерски показаны первые шаги верующего в Бога, доброго, честного мальчика Егория на пути к мужчине-палачу через осмысление теории Дарвина. Осознание своего обезьяньего происхождения уничтожает в ребенке светлое, восторженное отношение к жизни. И тогда даже Царь для Егория превращается из прекрасного и недостижимого полубожества – символа величия России – в обычного потомка обезьяны.

Великая Отечественная война – одна из немногих сохранившихся «молекул» нашего «культурного ядра». Осознание победы в этой войне как величайшего подвига наших соотечественников пока еще объединяет многих людей, делает их духовно близкими друг к другу. Последствия разрушения этой скрепы очевидны.

Десакрализации победы в либеральных СМИ сопровождается перечеркиванием подвига конкретных героев Великой Отечественной. Наши прогрессисты на рубеже 80–90-х гг. минувшего века начали свою святотатскую деятельность с глумления над памятью о Зое Космодемьянской и Александре Матросове. Сегодня очередь дошла до 28 героев-панфиловцев. Поразительно и во многом закономерно, что в год 70-летия Великой Победы не на Украине, в Польше или США, а в России директор Госархива С.В. Мироненко поставил под сомнение ставший хрестоматийным в сознании нескольких поколений соотечественников подвиг под деревней Дубосеково. А в интервью газете «Коммерсантъ» Мироненко заявил, что пакт Молотова – Риббентропа был стратегической ошибкой и даже преступлением [7].

Подобное утверждение, озвученное еще в 1987 г. на Пленуме творческих союзов Латвийской ССР, подробно прокомментировал публицист, полномочный посланник II класса Михаил Демурин в статье «Однобокая правда»: «Установка открывать «не всю правду», прятать ее за потоками сомнительных фактов, цифр, цитат и т. д. или вообще искажать ее – все это активно используется Западом для разрушения России, реформирования стран Центральной и Восточной Европы, провоцирования русофобских настроений на

Украине, в Молдове, Грузии, других странах» [3, с. 9]. Из статьи следует, что оценить тот или иной исторический факт можно лишь в неразрывной связи с другими многочисленными фактами и в контексте времени. Сам по себе факт, оторванный от исторической действительности, при неверной интерпретации может из реальности превратиться в ложь, стать основой для фальсификации истории.

М. Демури́н завершает свою статью предупреждением: «Западные «партнеры» настойчиво внушают мировому общественному мнению и, главное, нашим согражданам, что политическое устройство СССР 1930–1940 гг. якобы было аналогичным режиму нацистской Германии, что на СССР лежит ответственность за начало Второй мировой войны, что мы должны каяться перед всем миром за «жертвы сталинизма». Если согласимся с этим, то дадим, как некогда «историки»-горбачевцы, отмашку дальнейшему разрушению нашей страны».

Наши прогрессисты, наши либеральные СМИ всегда с восторгом воспринимают любые

инфоповоды, направленные на дискредитацию России. И вот уже обозреватель «Новой газеты» Ирина Петровская (которую в одном ряду с Ксенией Собчак, Иваном Ургантом, Юрием Ростом главный редактор «Комсомольской правды» В. Сунгоркин назвал образцом современного журналиста), откликаясь на историю с героями-панфиловцами, восклицает: «Мы рождены жить здесь во лжи, мифах, в легендах, которые никто не должен подвергать сомнению» [10].

Юрий Селезнев очень точно подметил: «Прогресс, изменение, новаторство – двигатели жизни, но только в том случае и до тех пор, пока они находятся в пределах устойчивости, сбережения наиболее существенного в том, что они изменяют» [12, с. 90]. Исследователь многократно повторяет в своих трудах мысль о «законе единства традиции и новаторства». На наш взгляд, этот «закон», являющийся естеством для любого духовно здорового издателя, редактора, журналиста, постоянно нарушается и будет нарушаться нашими прогрессистами, ибо ими движет ненависть к России.

Библиография использованных источников:

1. Березовская Е. Движение «чайлдфри» – «свободные от детей» – набирает обороты в России и Европе [Электронный ресурс] // 1 канал. Новости. 24.09.2014. URL: <http://www.ltv.ru/news/social/268578> (дата обращения: 03.12.2015).
2. Виктор Ерофеев – о жизни в блокадном Ленинграде [Электронный ресурс] // Дилетанты. 29.01.2014. URL: http://echo.msk.ru/blog/diletant_ru/1245684-echo (дата обращения: 03.12.2015).
3. Демури́н М. Однобокая правда // Литературная газета. 2015. № 33. С. 9.
4. Ильин И. Путь духовного обновления // Ильин И.А. Собр. соч. : в 10 т. Т. 1. М., 1996. 400 с.
5. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. М., 2009. 380 с.
6. Минкин А. Чья победа? [Электронный ресурс] // Московский комсомолец. 22.06.2005. URL: <http://www.mk.ru/editions/daily/article/2005/06/22/194712-chya-pobeda.html> (дата обращения: 03.12.2015).
7. Мироненко С. «Разоблачение фальсификатора и изготовленной им фальшивки неизбежно» [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2015. 20 апр. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2712788> (дата обращения: 03.12.2015).
8. Мороз А. Путин возглавил борьбу против ювенальной юстиции [Электронный ресурс] // Русская народная линия. 17.10.14. URL: http://ruskline.ru/news_rl/2014/10/17/putin_vozglavil_borbu_protiv_yuvenalnoj_yusticii (дата обращения: 03.12.2015).
9. Павлов Ю. Белинский как эмбрион, или Спасибо Винникову [Электронный ресурс] // Молоко. 20.03.2010. URL: <http://www.hrono.info/text/2010/pavlov0310.php> (дата обращения: 03.12.2015).
10. Петровская Е. Интервью [Электронный ресурс] // Человек из телевизора. 11.07.2015. URL: <http://echo.msk.ru/programs/personstv/1582596-echo> (дата обращения: 03.12.2015).
11. Подрабине́к А. Письмо советским ветеранам [Электронный ресурс] // Ежедневный журнал. 21.09.2009. URL: <http://podrabinek.livejournal.com/40401.html> (дата обращения: 03.12.2015).
12. Селезнев Ю. Вечное движение. М., 1976. 237 с.
13. Цит. по: Селезнев Ю. Подвижники народной культуры // Селезнев Ю.И. В мире Достоевского. Слово живое и мертвое. М., 2014. 496 с.

References:

1. Berezovskaya E. Movement «childfree» - «free from children» – gathers pace in Russia and Europe [Electronic resource] // Channel 1. News. 24.09.2014. URL: <http://www.ltv.ru/news/social/268578> (date of access: 03.12.2015).
2. Viktor Erofeev about the life in blocked Leningrad [Electronic resource] // Dilettants. 29.01.2014. URL: http://echo.msk.ru/blog/diletant_ru/1245684-echo (date of access: 03.12.2015).
3. Demurin M. Onesided truth // Literaturnaya Gazeta (Literary Newspaper). 2015. № 33. P. 9.
4. Ilyin I. The way of spiritual renewal // Ilyin I.A. Collected editions. : in 3 volumes. V. 1. M., 1996. 400 pp.

5. Kara-Murza S.G. Power of manipulation. M., 2009. 380 pp.
6. Minkin A. Whose victory? [Electronic resource] // Moskovski Komsomolets (Moscow Komsomol member). 22.06.2005. URL: <http://www.mk.ru/editions/daily/article/2005/06/22/194712-chya-pobeda.html> (date of access : 03.12.2015).
7. Mironenko S. Exposure of the faker and his fabrication is inevitable [Electronic resource] // Kommersant (Business Person). 2015. April 20. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2712788> (date of access: 03.12.2015).
8. Moroz A. Putin headed the fight against juvenile justice [Electronic resource] // Russian national line. 17.10.14. URL: http://ruskline.ru/news_rl/2014/10/17/putin_vozglavil_borbu_protiv_yuvenalnoj_yusticii (date of access: 03.12.2015).
9. Pavlov Y. Belinskiy as an embryo or Thanks to Vinnikov [Electronic resource] // Moloko. 20.03.2010. URL: <http://www.hrono.info/text/2010/pavlov0310.php> (date of access: 03.12.2015).
10. Petrovskaya E. Interview [Electronic resource] // Man from television. 11.07.2015. URL: <http://echo.msk.ru/programs/personstv/1582596-echo> (дата обращения: 03.12.2015).
11. Podrabinek A. A letter to Soviet veterans [Electronic resource] // Daily magazine. 21.09.2009. URL: <http://podrabinek.livejournal.com/40401.html> (date of access : 03.12.2015).
12. Seleznyov Y. Perpetual movement. M., 1976. 237 pp.
13. Quot. from : Seleznyov Y. Enthusiasts of national culture // Seleznyov Y.I. In the world of Dostoevskiy. A word dead and alive. M., 2014. 496 pp.

УДК 82.02

Хакуашева Мадина Андреевна

доктор филологических наук, профессор,

ведущий научный сотрудник

Кабардино-Балкарского института гуманитарных исследований

МОТИВ ЖЕРТВЫ И «ЖЕРТВЕННЫЙ КРИЗИС» Р. ЖИРАРА В КОНТЕКСТЕ НЕОМИФОЛОГИЗМА

Аннотация: В статье обосновывается объективный характер появления и развития неомифологизма как своеобразного медиатора для художественного осмысления противоречивой картины современного мира. Приводятся наиболее показательные примеры возникновения романа-мифа, повести-притчи как общемирового литературного феномена. Их центральным мотивом становится мотив жертвы, что связано с наиболее распространенными темами литературы XX в., связанными с войной, насилием. Приводится актуальная концепция Р. Жирара, которая достаточно убедительно объясняет истоки «жертвенного» или «миметического» кризиса.

Ключевые слова: литературное направление, неомифологизм, роман-миф, насилие, война, библейские мотивы, искупительная жертва, заместительная жертва, концепция Жирара.

Hakuasheva Madina Andreevna

Doctor of Philology,

Professor, Leading Researcher

Kabardino-Balkaria Institute of Humanities Research

VICTIM MOTIVE AND «SACRIFICIAL CRISIS» OF R.GIRARD WITHIN THE CONTEXT OF NEOMYPHOLOGISM

Abstract: The article explains the objective nature of the advent and development of neomyphologism as a mediator for artistic interpretation of the contradictory picture of modern world. The author gives the most illustrative examples of the origin of novel-myth and parable-like story as a global literary phenomenon. Their central motive becomes a victim motive, which is connected with the most common themes of the twentieth century literature, related to war and violence. There is given an acute conception of R.Girard which quite strongly describes the beginnings of «sacrificial» and «mimetic» crisis.

Keywords: a literary school, neomyphologism, novel-myth, violence, war, biblical motives, propitiatory sacrifice, substitutionary sacrifice, Girard's conception.

Современные литература и искусство претерпевают существенные трансформации в аксиологии, методологии. Вместе с тем фундаментальные проблемы культуры, литературы в том числе, не представляется возможным решать в отрыве от тысячелетий человеческой эволюции, сформировавшей эти проблемы. Кажется, потребовалась проекция на бессмертный опыт филогенеза. Таким своеобразным медиатором и выступает миф, который можно представить себе в форме древнего острова, заполненного невообразимо богатой и противоречивой художественной тканью современности. Он отображает устойчивые феноменальные проявления, в том числе человеческой природы. Выдержав натиск истории, миф сумел законсервировать в себе неизменные, константные формы культуры и социума. Это то неподверженное изменениям «ядро», которое подчиняется иным законам детерминизма и не зависит, например, от смены социально-общественных формаций. В мифе каждый феномен, каждая индивидуальность существует одновременно в конкретном времени и вне его. Проблема обусловленности мифологического хронотопа решается при всей видимой простоте сложно и диалектично.

Литература (а также живопись, пластическое искусство) на протяжении своего развития широко использовали традиционные мифы в художественных целях. Мифотворчество как метод в своих лучших художественных пробах непосредственно восходит к философскому осмыслению.

Все периоды развития литературы: античность, возрождение, классицизм, просвещение, романтизм, критический реализм – характеризовались своеобразным преломлением мифа. Поэтому говорить о внезапном пробуждении интереса к мифу невозможно. Скорее эту тенденцию можно назвать его переосмыслением. Кризис позитивизма, разочарование в метафизике и аналитических путях познания, идущее еще от романтизма, критика общества потребления как беспринципного, безгеройного, во многом антиэстетического, породили попытки вернуть «целостное», преобразующее мироощущение, воплощенное в мифе.

В культуре конца XIX в. возникают, особенно под влиянием Р. Вагнера и Ф. Ницше, «неомифологические» устремления, весьма разнообразные по своим проявлениям, социальной и философской природе; они во многом сохраняют свое значение и для всей культуры XX – начала XXI в. Первоначально философской основой «неомифологических» поисков в искусстве были иррационализм, интуитивизм, пантеизм. Впоследствии «неомифологические» структуры и образы могли становиться языком для любых художественных текстов. Вместе с тем, несмотря на интуитивизм и в известном смысле примитивизм, «неомифоло-

гическая» культура с самого начала оказывается высоко интеллектуализированной, направленной на авторефлексию и самоописание; философия, наука и искусство стремятся здесь к синтезу значительно сильнее, чем на предыдущих этапах развития культуры. Так, идея Вагнера о мифологическом искусстве как искусстве будущего и идеи Ницше о спасительной роли мифологизирующей «философии жизни» порождают стремление организовать все формы познания как мифоэпические (в противоположность аналитическому миропостижению). Элементы мифологических структур мышления проникают в философию (Ницше, Вл. Соловьев, позже – экзистенциалисты), психологию (З. Фрейд, К. Юнг), в работы об искусстве. С другой стороны, искусство, ориентированное на миф (символисты, в начале XX в. – экспрессионисты), тяготеет к философским и научным обобщениям. Например, у Т. Манна и Д. Джойса определяющим в творчестве явилось влияние К. Юнга.

Вторая половина XX в. была отмечена небывалым расцветом латиноамериканской литературы. Лучшие из произведений составили замечательные оригинальные образцы, ставшие классикой (произведения Г.Г. Маркеса, Х.Л. Борхеса, Х. Кортасара, Ж. Амаду, К. Фуэнтеса и др.)

Но наряду с этим явлением набрала силу и испытала настоящий взлет литература скандинавских стран. Мировую известность приобрел норвежец Ю. Борген. Проникновение мифа в шведскую литературу настолько выражено и распространено, что позволительно говорить уже о мифологическом литературном течении Швеции. Э. Юнсон и Х. Мартинсон, П. Лагерквист и Л. Юлленстен – блестящая четверка, представляющая жанр мифа в современной шведской литературе.

Литературный миф привлекает, очевидно, не только возможностью безграничного расширения сюжета за рамки времени и пространства, ориентацией на вневременные ценности и константы, но и независимостью от социальной конкретности. Мировая популярность романа-мифа, повести-притчи нагляднее всего доказывает независимую роль литературы. Она не объясняет социальные, политические, идеологические проблемы жизни вообще, а созидает свою собственную жизнь.

Историю литературы можно рассматривать под углом зрения противоборства рационального и чувственного, сознательного и бессознательного. После эпохи античности с ее яркой манифестацией культа прекрасного, в том числе телесно-прекрасного, наблюдается крен в сторону нравственно-рационального начала (нравоучительные романы эпохи классицизма, воспитательно-тенденционные – эпохи романтизма). Противоречия между чувством и долгом решались в пользу последнего. Так было долгое

время, и нравственность выступала зачастую орудием борьбы со стихией бессознательного. Подобные тенденции господствовали и в отечественной литературе. Если хорошая литература поднимала проблему и показывала противоречия в их трагической безысходности, то сомнительные художественные образцы и соответствующая литературная критика интерпретировала их с явной симпатией в сторону декларативных абстрактных лозунгов.

С точки зрения такого рода критики и литературы, победа «рацио» над эмоциями означала победу нравственного над безнравственным, «над самим собой», над своей слабостью. Под давлением подобной установки развивалась не только литература и искусство, но и множество поколений, которые образовали целый пласт соответствующей культуры.

Большинство представителей классической мировой литературы выступили в роли «медиаторов», осуществив, условно говоря, синтез сознательного и бессознательного, обнаружив истинные жизнеутверждающие механизмы подлинной жизни за унылой пеленой «кажущести, жизнеподобия» (А.А. Федоров). Одна из главных функций в этом отношении принадлежит собственно роману-мифу, повести-притче.

Общим свойством «неомифологического» искусства было стремление к художественному синтезу разнообразных и разнонаправленных традиций. Все эти устремления своеобразно воплотились в начале XX в. в кинематографе.

Возродившийся интерес к мифу во всей литературе XX в. проявился в трех основных формах. Резко усиливается идущее от романтизма использование мифологических образов и сюжетов. Иногда из традиционного мифа заимствуется лишь композиция, заполняемая иным или даже противоположным содержанием. Наконец, используются лишь ссылки на события, героя и т. п. При этом, в связи с выходом на арену мировой культуры искусства неевропейских народов, значительно расширяется круг мифов и мифологий, на которые ориентируются европейские художники. Искусство народов Азии, Африки, Южной Америки начинает восприниматься не только как эстетически полноценное, но в известном смысле как высшая норма. Отсюда – резкое повышение интереса к мифологии этих народов, в которой видят средство декодирования соответствующих национальных культур. Наиболее ярко, однако, специфика современного обращения к мифологии проявилась в создании (1920–1930-е гг.) таких произведений, как «романы-мифы», «повести-мифы» (притчи), «поэмы-мифы». Миф сталкивается, сложно соотносится либо с другими мифами, либо с темами истории и современности. С этой целью возникла необходи-

мость ввести понятие интертекста (французская школа), то есть введение в текст различных тем из наиболее показательных объектов литературы и искусства, семиотизирующегося как некий текст (или совокупность текстов). Наиболее показательным с этим смыслом является, например, творчество Д. Гарднера, Д. Джойса, Т. Манна. Два последних автора являются крупнейшими представителями мифологического романа XX века, в идейной направленности противостоящими друг другу.

В романе Д. Джойса «Улисс» эпико-мифологический сюжет «Одиссеи» оказывается средством упорядочивания хаоса первичного материала. Герои романа сопоставляются с мифологическими персонажами гомеровского эпоса, многочисленные символические мотивы в романе являются модификациями традиционных символов мифологии – первобытной (например, вода как символ плодородия и женского начала) и христианской (мытье как крещение).

У Т. Манна сюжет взят из Библии и подается как «историзованный» миф. Представлению Джойса о бессмысленности истории противостоит здесь художественно реализованная с помощью образов библейской мифологии концепция глубокого смысла истории, раскрывающегося по мере развития культуры. Она продолжается Т. Манном, в отличие от Д. Джойса, не как дурная бесконечность исторических процессов, а как воспроизведение образцов, представленных предшествующим опытом. Инициационные моменты судьбы Иосифа отступают здесь на задний план перед культом умирающего и воскресающего бога.

Специфично мифотворчество австрийского писателя Ф. Кафки (романы «Процесс», «Замок», новеллы). Сюжет и герои имеют у него универсальное значение, герой моделирует человечество в целом, а в терминах сюжетных событий описывается и объясняется мир.

К мифу обращались крупнейшие мастера литературы – Ю. О’Нил, Т. Уильямс, Ж.-П. Сартр, Г. Кайзер, П. Гауптман, У. Голдинг, Р. Бах.

Миф в литературе XX в. неоднократно обнаруживает себя в творчестве экзистенциалистов. Достаточно назвать произведения Ж.-П. Сартра («Мухи»), Ж. Ануя («Медея», «Антигона»), Г. Носсака («Ниткийя»), кинематографические интерпретации античных сюжетов («Странствия Одиссея», «Сатирикон»).

В послевоенной литературе (после Второй мировой войны) мифологизирование выступает чаще всего не столько как средство создания глобальной «модели», сколько в качестве приема, позволяющего акцентировать определенные ситуации и коллизии прямыми или контрастными параллелями из мифологии.

С 1950–1960 гг. поэтика мифологизирования развивается в литературах «третьего мира» – латиноамериканских и некоторых афро-азиатских. Современный интеллектуализм европейского типа сочетается здесь с архаическими фольклорно-мифологическими традициями. Для произведений бразильского писателя Ж. Амаду («Габриэлла, гвоздика и корица», «Пастыри ночи» и др.), кубинского писателя А. Карпентьера (повесть «Царство земное»), гватемальского – М.А. Астуриаса («Зеленый папа» и др.), перуанского Х.М. Аргедаса («Глубокие реки») характерна двуплановость социально-критических и фольклорно-мифологических моментов, как бы внутренне противостоящих обличаемой социальной действительности. Одним из оригинальных проявлений мифотворчества колумбийского писателя Г.Г. Маркеса («Сто лет одиночества») является сложная динамика соотношения жизни и смерти, памяти и забвения, пространства и времени.

Во второй половине XX в. существовало несколько противостоящих друг другу школ, которые тем не менее базировали свои концепции на мифе: венгерская (К. Кереньи), австро-немецкая (З. Фрейд и К. Юнг), французская (К. Леви-Стросс), англо-американская (Кембриджская); три последних получили широкое распространение.

Если определяющей жанровой формой художественного дискурса нового времени становится неомифологизм, то какой же является тематическая доминанта, которая подчиняет себе интерес современных авторов? Очевидно, ответ следует искать в особых характеристиках прошедшего столетия.

Возможно, XX в. войдет в мировую историю как самый драматический, где предельное социальное напряжение приобретало форму тотальной агрессии, насилия, войны. Достаточно сказать, что это «кровавое столетие» породило две мировые войны, Февральскую и Октябрьскую революции в России, гражданские войны, геноцид армян (1913), локальные войны: японскую, финскую, вьетнамскую, афганскую, чеченскую, атомные взрывы в Хиросиме и Нагасаки, длительный арабо-израильский конфликт, этнические «чистки» в африканских странах, Камбодже, Косово и др., борьбу за независимость (например, в Ирландии, в бывших колониях), сталинский режим, депортацию некоторых народов и субэтнотосов России, развал Советского Союза, вызвавший целый ряд межнациональных конфликтов, и многое другое. Именно в XX в. появились такие понятия, как концлагерь, спецпоселение, ГУЛАГ, террор, экстремизм, расширились масштабы геноцида и т. п.

Вполне закономерно, что центральными темами мировой литературы XX в. становятся война, насилие. Зачатую они обретают форму литератур-

ного мифа, который выстраивается с привлечением апокалипсических или предапокалипсических мотивов. В связи с этим возникает тема искупления, жертвы, которая чаще всего прямо или косвенно ассоциируется с библейскими персонажами, в первую очередь – образом Иисуса Христа.

В связи с мотивом жертвенности и жертвы значительно актуализируется понятие «жертвы» и концепция «жертвенного кризиса», предложенного Р. Жираром (р. в 1923 г.) – французским литературоведом, философом, культурологом, антропологом, создателем оригинальной «фундаментальной антропологии» и основанной на ней теории культуры. «Жертвенный кризис» – понятие концепции Рене Жирара, предполагающее разрешение ситуации «войны всех против всех» посредством жертвоприношения [1].

Основной аспект проблемы сводится прежде всего к выявлению роли жертвоприношений для человеческого сообщества. Представление о жертве тесно связано с феноменом насилия. По представлению Жирара, оно является универсальным свойством всех живых существ и играет в формировании их единства весьма существенную роль. Предрасположенность к насилию имеет чисто биологические причины и восходит к понятию внутри- и межвидовой борьбы. Говоря о насилии внутри человеческого сообщества, автор отмечает, что развязать насилие значительно проще, чем остановить его, так как оно иррационально и слепо. Человеческое насилие, начавшись, часто забывает о своих подлинных причинах или выставляет мнимые побудительные мотивы. Но эта тенденция весьма устойчива и непреходяща, так как в ее основе лежит стремление к соревновательности, доминированию, подавлению, экспансии – именно эти свойства принадлежат самой сущности жизни, в отличие от мертвой материи. На этом основании Жираром делается вывод, согласно которому единственным способом преодоления разрушительных последствий насилия является необходимость его трансформации в иное качество, пока оно не приобрело неуправляемый тотальный характер. Когда агрессия уже развязана, а конкретный объект насилия вдруг становится недостижимым, но продолжает вести себя «вызывающе», возникает необходимость замены этого объекта. Такая тактика позволяет агрессивной энергии насилия «разрядиться», найти необходимый выход.

Чрезвычайно важным в контексте рассуждений о насилии является понятие мимесиса (подражания). Специфика человека усматривается Жираром не столько в его «разумности», сколько в предельном развитии миметических способностей. Но при такой особенности общества неизбежным становится ситуация, когда каждый его член подражает каждому. В результате возникает

система с обратной связью, которая может развиваться только в направлении усиливающегося соперничества. Следствием является ситуация разрушительного насилия, то есть того самого состояния, которое Жирар назвал «миметическим кризисом». Насилие, с одной стороны, дезинтегрирует человеческую общность. С другой стороны, оно принципиально неустранимо. Кроме того, насилие обладает свойством взаимности, то есть оно миметично, и всякое насилие вызывает ответное насилие. Эта задача вполне может быть решена с помощью жертвоприношения, которое «канализирует» энергию насилия в одном направлении. Поэтому с помощью жертвоприношения в общности можно установить мир, оно защищает общность от дезинтеграции, «лечит», исцеляет ее, делает «целой». Все попытки овладеть насилием, не порождая нового насилия, остановить его распространение, не прибегая к жертвоприношению, по мысли ученого, совершенно невыполнимо. Жирар различает изначальную заместительную жертву, которая выбирается чисто случайно, и ритуальную жертву, которая уничтожается для того, чтобы восстановить единодушие в сообществе.

Само ритуальное повторение «миметического кризиса» и его разрешения необходимо потому, что первичная структура человеческого сообщества, как и все культурные установки, подвержена закону культурной энтропии, а это требует периодического повторения всего процесса. Таким образом, «миметический кризис» становится «жертвенным кризисом», требующим нового жертвоприношения по той простой причине, что инерция действия изначальной жертвы заканчивается. Жирар считает, что жертвоприношение в качестве средства предотвращения эпидемии насилия было открыто, скорее всего, путем проб и ошибок.

Благодаря жертвоприношению появляется дифференцированное представление о «законном» и «незаконном» насилии, и именно поэтому жертва обеспечивает мир внутри общности – состояние, которое не способен создать ни один смертный. Если в жертву приносится животное, то отличия очевидны, если же человек, то их трудно обнаружить. Поэтому обоснованной представляется точка зрения, согласно которой первыми жертвами были люди, но «непричастные» к обществу – пленные, рабы, неженатые юноши и незамужние молодые женщины. Главная трудность состояла в том, чтобы найти такую жертву, за которой не потянулся бы шлейф мести, то есть ответного насилия. Человеческие жертвоприношения должны были дать умереть некоторой части для того, чтобы спасти целое. Заместительные жертвы появляются позже. Любопытно, что среди жертв мы находим первенцев, которых жертвовали сами родители.

В еврейской традиции страшная дань – первенцы – приносилась Молоху. Возможно, с этим ритуализированным жертвоприношением связаны известные сюжеты из Библии. «Избиение» младенцев, то есть их массовое убийство, осуществлялось по приказу иудейского царя Ирода, имя которого стало нарицательным. В контексте Священного писания это было связано с его страхом осуществления пророчества, в результате которого к власти придет Избранник, Мессия, рожденный в Вифлееме. Другой ветхозаветный текст связан с гибелью египетских первенцев. Семантика библейского сюжета и в этом случае устанавливает иные каузальные связи: смерть младенцев была следствием гнева Иеговы, который, действуя через Моисея, хотел освобождения евреев из египетского рабства. Эволюция ритуалов жертвоприношения шла по пути все большего удаления заместительной жертвы от человека. Подобные мотивы также можно проиллюстрировать на примере Библии: Авраам на горе Иегове-Ире (которая так была названа после жертвоприношения) по велению Яхве готовится принести в жертву своего единственного сына Исаака, но Бог в последний момент останавливает его и вместо человеческой жертвы на заклание посылает невинного агнца. Это – типичный пример заместительной жертвы. В священном писании метафорическим синонимом Иисуса становится агнец; в текстах Священного писания и многочисленных культурных текстах его часто называют Агнец Божий. Люди, животные, растения, неодушевленные предметы – таковы основные этапы этого развития.

Однако не различия, а их отсутствие вызывает сильнейшее соперничество между тождественными друг другу членами сообщества. С одной стороны, жертва становится объектом почитания, поскольку «лечит» общность. С другой стороны, на нее направляется коллективное насилие. Жертва всегда имеет смысл очистительной жертвы, она на некоторое время избавляет человеческую общность от скверны насилия. Поэтому «жертвенный кризис» – это кризис различий, то есть процесс их прогрессирующего стирания и уничтожения. Человеческие права и справедливость, а также основанный на них порядок базируются только на четких различиях.

Важнейшие положения выдвигаются Р. Жираром в связи с понятием «мимесиса присвоения». Способностью к такому мимесису обладают не только люди, но и многие другие живые существа, в особенности млекопитающие. Однако современная наука о человеке уделяет мало внимания этой способности, хотя именно понимание ее сути, по мнению французского ученого, позволяет прояснить многие механизмы антропогенеза. Само его развитие становится возможным благодаря нейтрализации именно

миметического соперничества. По представлению Р. Жирара, углубление такого соперничества и его «жертвенное» разрешение разрушили основанные на инстинктах формы доминирования и обусловили переход к собственно человеческим отношениям внутри группы. Таким образом, человек отличается от всех прочих живых существ двумя особенностями: предельным развитием миметических способностей и умением разрешать «миметический кризис» с помощью жертвоприношения.

Все первичные виды человеческой деятельности, считает Жирар, – это манипулирование со знаками жертвы. Даже язык и письмо в качестве систем символического обмена представляют собой поиск жертвы.

Лишь жертва кладет конец «войне всех против всех», ей на смену приходит мир, новый порядок, в основе которого лежит очистительная жертва. Поскольку люди хотят продолжать жить в мире, они продолжают говорить на языке сакрального.

«Сокровенным от создания мира» считается именно механизм жертвенного замещения. Принципиальный характер «сокровенного» объясняется тем, что жертвоприношение «лечит» человеческую общность лишь до тех пор, пока остается скрытым от ее членов и не осознается ими.

В связи с анализом мифологии Жираром рассматриваются так называемые «тексты преследования», которые встречаются уже в европейском Средневековье. Их структура в принципе аналогична структуре мифов. Существенно, однако, считает Жирар, что в тех обществах, где господствует живая мифология, нет «текстов преследования», а там, где последние встречаются, нет мифологии.

Возникновение «текстов преследования» в европейском Средневековье обусловлено массовыми бедствиями, например эпидемиями чумы. Все первичные «тексты преследования» имеют одну и ту же структуру: констатируется, что общество переживает кризис, выражающийся в триумфе беспорядка, насилия и смерти; провозглашается необходимость массового насилия по отношению к «источнику зла» (евреи, чернокожие, этнические меньшинства, сословия и социальные классы, иностранцы, либералы и т. д. и т. п.); такое насилие признается очищением сообщества от источника зла. Под «преследованиями» понимаются насильственные действия типа охоты на ведьм, в своих формах легальные, но обычно еще и поощряемые перевозбужденным общественным мнением. Это приводит к возникновению толп, то есть спонтанных человеческих объединений, способных полностью заменить собой пошатнувшиеся общественные институты или оказывать на них непреодолимое давление. Причины преследований могут быть как внутренними (например, социаль-

ный или религиозный конфликт), так и внешними (например, засуха или наводнение).

Однако, каковы бы ни были причины кризисов, все они протекают принципиально одинаковым образом: происходит стирание (исчезновение) социальных и культурных различий. Последующая история расширила набор возможных бедствий и соответственно умножила число «текстов преследования», которые становятся привычным элементом не только массового сознания, но и некоторых идеологических систем.

В обществе, не находящемся в кризисе, реальными являются различия между членами общества, связанные системой символического обмена, которая до поры скрывает элементы тождества, обязательно имеющиеся в ее составе. Нетрудно видеть, что культура является именно такой системой символического обмена, и в ее границах многие отношения – например, брачные или товарно-денежные – почти всегда выглядят как обмен между изолированными, не тождественными друг другу субъектами. Когда общество переживает кризис, взаимность и тождество становятся зримыми не только в «позитивных» («объединяющих») отношениях, но и «негативных» («разъединяющих»), которые обнажают тождественность непримиримых соперников. Поскольку речь идет о социальном кризисе, возникает сильный соблазн объяснить его возникновение исключительно социальными и даже моральными причинами. Хотя все субъекты причастны к исчезновению социальных и культурных различий, они, вместо того чтобы обвинять в этом себя, обвиняют либо общество в целом, либо неких других индивидов, представляющихся вредоносными без каких-либо на то причин. На первый взгляд, обвиняемые кажутся многообразными, но у них есть некоторое общее свойство. Им приписываются, прежде всего, преступления, связанные с насилием (1), и в этот разряд попадают такие социальные персонажи, как правитель и вообще все носители символа высшего авторитета. Далее, сюда относятся люди, которым приписываются преступления сексуального характера (2), а также нарушители сексуальных норм, господствующих в данной культуре. И, наконец, особое внимание уделяется преступлениям в религиозной сфере (3), в особенности осквернению святынь. Преследователи объявляют некую группу людей или даже одного человека крайне вредными и опасными для всего общества, что позволяет перебросить мост между слабостью обвиняемых и мощью всего общества. Согласно концепции Жирара, толпа всегда ищет не подлинные, а доступные ее пониманию причины, поскольку она мечтает очистить общество от всего, что, по ее разумению, его «засоряет», от «предателей» и «изменников», которые подрывают его изнутри.

Нет, как считает Жирар, таких обществ, в которых этнические и прочие меньшинства не подвергались бы более или менее четко выраженной дискриминации или даже преследованиям. Критерии выбора, объекта преследований не относятся только к чисто физическим особенностям. Болезнь, безумие, генетические уродства и даже обычные физические недостатки возбуждают преследователей. «Ненормальность» – социальная, физическая, духовная – становится главным признаком для выбора жертвы. Поэтому сюда попадают даже богатые и могущественные, что обычно толкуется как священный бунт против угнетателей и т. д. Таким образом, ответственность за исчезновение социальных и культурных различий возлагается на жертву потому, что она обвиняется именно в стирании этих различий. Но выбор жертвы обусловлен ее специфическими качествами. Нет такой культуры, в границах которой каждый не чувствовал бы себя отличным от других и от всех вообще и не считал бы такие различия необходимыми. Для Жирара выбор жертвы обусловлен не внутрисистемными, а внесистемными различиями. Иными словами, речь идет о возможности для системы стать хаосом, россыпью элементов, вообще не отличаться ни от чего и, следовательно, перестать существовать в качестве системы. Внесистемному объекту, каким-либо образом попавшему в систему, нет места в иерархии системных отношений, а потому он потенциально претендует на любое место и тем самым стирает внутрисистемные различия. Следовательно, именно внесистемные отличия

угрожают системе, так как они предвещают ее разрушение, указывают на ее хрупкость и смертность, на ее «иное». Точно так же этническим, религиозным и прочим меньшинствам приписывается отсутствие не отличий как таковых, а отсутствие «правильных» отличий, и в пределе – полное их исчезновение: им нет места в системе, так как у них нет фиксированной, отличной от остальных социальной ячейки.

Эти тенденции, носящие глобальный характер, представляются весьма показательными: сначала на этапе мифо-фольклорного народного творчества происходит кристаллизация универсальных мифологических образов и мотивов, а позже на уровне индивидуального литературного мифотворчества эти мифологические образы и мотивы ассимилируются литературным текстом и продолжают жизнь уже в другом качестве – литературном. Достаточно часто мифологические образы и мотивы претворяются в произведениях искусства. Так формируется некое «триединство»: возникновение универсальных мифо-фольклорных образов и мотивов – их претворение в литературных текстах – их претворение в произведениях разных сфер искусства. При этом в ряде случаев происходит вторичное заимствование мифо-фольклорных образов, мотивов, сюжетов в разных сферах искусства из литературных текстов. Например, библейский персонаж Варавва становится главным героем одноименной повести П.Ф. Лагерквиста, а затем по мотивам повести Р. Флейшером создается фильм «Варавва» (Евангелие от Иоанна).

Библиография использованных источников:

1. Р. Жирар. Насилие и священное. М., 2000.

References:

1. R. Girard. Violence and the sacred. M., 2000.

УДК 82.09

Шаззо Шамсет Ерестемовна

доктор филологических наук, профессор,

зав. отделом литературы Адыгейского института гуманитарных исследований

им. Тембота Керашева

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ СВОЕОБРАЗИЕ АДЫГЕЙСКОЙ ПОЭЗИИ

Аннотация: В статье рассматривается проблема эволюции адыгейской поэзии, выявляются предпосылки формирования исторических этапов развития, создана типологическая модель поэзии на основе анализа теоретических достижений научной мысли и творчества адыгейских поэтов.

Ключевые слова: адыгейская поэзия, Нальбий Куек, художественное своеобразие, типологическая модель, историко-типологический метод.

Shazzo Shamset EreSTEMOVNA

Doctor of Philology, Professor

Head of Department of Literature Adyghe Institute of Humanities Research

named after Tembot Kerashev

ARTISTIC PECULIARITY OF ADYGHE POETRY

Abstract: The paper considers the problem of Adyghe poetry evolution. Some factors for the formation of historic periods of its development are revealed. The typological model of poetry based on the analysis of theoretical achievements of scientific thought and creative works of Adyghe poets is given.

Key words: Adyghe poetry, Nalbiy Kuek, artistic peculiarity, typological model, historical and typological method.

Долгие годы в адыгейском литературоведении утверждалась мысль о том, что национальная проза в своем развитии значительно опережает поэзию и драматургию. Причиной тому критика считала тот факт, что в народном эпосе произведений прозаических жанров намного больше, чем поэтических, и это обстоятельство существенно повлияло на общее развитие литературы. Мысль теоретически привлекательная, но практически трудно доказуемая.

Слов нет, сказочный эпос и несказочная проза адыгов (см. монографии Ш. Хута) составляют золотой фонд национальной художественной мысли. Но означает ли это, что достижения поэтического эпоса («Нарты», громадное количество историко-героических и героических песен, песен на темы повседневной жизни народа) по своим художественно-эстетическим достоинствам менее значительны, чем достижения в других жанрах? Конечно же, нет.

Художественная мысль народа может развиваться неравномерно, и высокая поэзия напрямую влияет на прозу и драматургию и наоборот, ибо литературный процесс един и его закономерности определяют общий уровень всей литературы. Что касается современной адыгейской литературы, то уровень ее развития, надо отметить, очень высок даже на шкале духовных ценностей человечества.

Успехи и достижения современной адыгейской поэзии можно объяснить следующим. Древний поэтический эпос адыгов не уступает другим жанрам. Вот первое обстоятельство, которое послужило непосредственным толчком для развития адыгейской поэзии как художественного и эстетического феномена.

Второе обстоятельство: в национальном литературоведении нет аналитических работ, в которых бы глубоко и всесторонне исследовалась адыгейская поэзия. Хотя следует отметить, что адыгейскими литературоведами – почти всеми без исключения – написаны отдельные работы о поэзии и поэтах. При этом положение имеющийся аналитический материал не исчерпывает важнейших проблем художественного и эстетического своеобразия адыгейской поэзии, наоборот, он делает их еще более актуальными, неотложными.

Третье обстоятельство, которое способствовало обращению к аналитическому исследо-

ванию адыгейской поэзии – это идея о системном и типологическом единстве адыгейской поэзии, условно или по традиции разделенной на устную и письменную. Убеждение в том, что письменное художественное творчество есть прямое (во всех отношениях) продолжение устного варианта народной поэзии, обусловило идею рассмотрения художественно-поэтических завоеваний народа в единой структурно обозначенной системе. Об этом говорит даже такой яркий и наглядный факт: современная адыгейская поэзия выходит не только на уровень некоторых древних текстов, но и является их прямым продолжением – это прежде всего творчество Нальбия Куека, вышедшего на сложнейшее художественное соперничество с текстами древних народных поэм, их философией. Следовательно, ни «Нарты», ни что другое не ушло в духовное небытие, наоборот, они обрели еще большую и более прочную основу в современной поэзии. И это позволяет рассматривать национальную адыгейскую поэзию в широком духовном пространстве адыгского художественного мировидения как завершенную эстетическую систему с колоссально развернутыми внутри нее периодическими образованиями.

Четвертое обстоятельство, которое ориентирует на восприятие адыгейской поэзии как единого, непрерывного художественного организма, состоит в том, что между так называемым устно-поэтическим и письменно-поэтическим творчеством находится огромный пласт произведений устной формы создания, авторство которых достоверно установлено благодаря кропотливой, поисковой работе А. Схалыхо. Эти произведения созданы преимущественно в конце XVIII – начале XX в. и отражают один из сложнейших периодов адыгейской судьбы. Художественная ценность их напрямую восходит к эстетике и стилистике эпоса «Нарты», историко-героических и иных произведений, образуя тем самым единое поэтическое кольцо, связующее древние звенья со звеньями современной поэзии.

Таким образом, актуальность проблематики более чем убедительна. Есть еще не одно свидетельство, обуславливающее единую линию трансформации поэтических средств и общей стиховой культуры от древних их качеств к качествам нынешней поэзии. В их уровнях почти нет видимых расхождений.

Отмеченные обстоятельства, временной и пространственный объем адыгейской поэзии, включающей в себя значительные исторические и духовно-нравственные периоды в судьбе адыгов, объективно продиктовали обращение автора к обозначенной проблеме исследования, которая более масштабно представлена в монографии «Художественное своеобразие адыгейской поэзии» (2013).

В рамках данной статьи мы обращаемся к основополагающим моментам, характеризующим процесс эволюции и состояние адыгейской поэзии. В основу исследования адыгейской поэзии легла методология исторического осмысления духовного процесса в его связях с общественными явлениями, что обусловило необходимость обращения к системно-типологическим моделям анализа и формулирования основных идей и положений.

В работах А. Алиевой, А. Гутова, А. Гадагтя, Ш. Хута, В. Тугова, Р. Унароковой (по фольклору), Л. Бекизовой, Х. Хапсирокова, Р. Мамия, З. Налоева, Вл. Тугова, М. Кунижева, Х. Бакова, Ю. Тхагазитова, М. Сокурова, К. Шаззо, А. Схаляхо, У. Панеша, Т. Чамокова, А. Мусукаевой, Н. Байрамуковой, З. Толгурова и др. (по литературе) обозначен аналитически основательный выход национального литературоведения к теоретическим и системно-типологическим проблемам младописьменных литератур; существенный прорыв в этом отношении сделала дагестанская наука о литературе (Г. Гамзатов, К. Абуков, К. Султанов, С. Хайбулаев).

Адыгейская поэзия сложилась как единая художественная система со всеми особенностями, творческими обретениями и потерями – тезис, который предполагает, что в ней сформировались все жанры и роды литературы: высокого уровня достигли в своем развитии эпическая и лирическая поэма, лирическое стихотворение, баллада, лирический цикл, венок сонетов, драматическая поэма, стихотворный роман. В национальной поэзии мы обнаруживаем зрелые (в художественном отношении) образцы поэтической повести, поэтической сказки, басни, эпиграммы, оды и т. д.; в адыгейской поэзии нередки случаи взаимовлияния эпоса, лирики, драмы (в одном произведении), в ней получили широкое распространение философские медитации, что говорит об усложнившихся принципах творческой деятельности поэтов; в поэзии сформировались индивидуальности художников с собственными духовными и эстетическими изысканиями и крупными находками; естественно, что при этом сложились четко просматриваемые романтические, реалистические, аналитико-исследовательские, философско-размышляющие стили повествования, основанные на мифопоэтических и мифодраматических конструкциях художественного мировидения древних адыгов, – то есть в

национальной поэтической системе просматриваются все атрибуты и очертания состоявшегося художественного организма.

Имея в виду связь литературы и искусства с общественными процессами, нельзя принципы периодизации целостно развивающейся адыгейской поэзии связывать только с общественными и социальными идеологиями.

Что касается непосредственно адыгейской поэзии, она, во-первых, как и все другие национальные художественные системы, прошла путь от древних сказаний и песен до сегодняшнего времени; в промежутке – огромное и творческое, и временное пространство; во-вторых, национальная поэзия адыгов (как и все другие этноопределившиеся поэтические системы) образует два крупных периодизационных круга – но в каждом кругу имеются свои подпериодические образования,

Первый круг (1) – древнейшие по времени художественно-поэтические творения («Нарты» и другие мифологические тексты), потом исторические и историко-героические песни и поэмы (что падает на Средние века), затем следуют героические, историко-героические, бытовые, любовные песни, патриотические, исполненные высокого эпоса, драмы и лирики, откровенного реализма и драматического романтизма (XVII–XX вв.), причем авторство многих из них доподлинно установлено.

Второй круг (2) – под влиянием новой общественно-политической ситуации, социально активных процессов, захвативших и адыгов, в условиях долгого и трудного становления новописьменной литературы, прошедшей через испытания жесточайшей эстетики большевизма, войной 1941–1945 гг., послевоенной партийно-государственной цензурой, – та адыгейская поэзия и литература в целом, которая создала высокие образцы подлинно эпической, драматической и лирической композиции, со всеми их жанрами, видами, стилевым многообразием, творчески крупными индивидуальностями.

Первый и второй круги, расходясь, образуют еще по три подкруга, взаимосвязанные и взаимобусловленные:

1.1 – круг, охватывающий древние (сказочные и несказочные произведения, часто прозаические), произведения, песни и сказания нарттов (эпос «Нарты»); они заложили основы художественного творчества адыгов, сами стали образцами поэтического мышления, раскрыли на примерах мифологических героев-колоссов (Саусарук, Шебатнук и др.) ментальные и психологические качества адыгов, их духовное и философское мировидение;

1.2 – героические и героико-исторические песни и сказания (песни об Айдамырконе, братьях Ечанокых, многих других), в которых осваива-

ются подлинные события и личностные судьбы реальных героев; поэтика и стиль этих произведений часто сближается с поэтикой и языковыми, образными структурами древнего эпоса «Нарты», что свидетельствует о прямой между ними преемственности;

1.3 – круг, охватывающий (по времени) произведения XVII–XX вв., посвященные историческим лицам, сочиненные ставшими известными сейчас поэтами, раскрывающие события русско-адыгских социальных, политических и военных отношений; они образуют большое количество самостоятельных авторских текстов, разнообразных по жанру и стилю, но продолжающих традиции эпоса «Нарты» и средневековых песен и сказаний;

2.1 – по времени первый подкруг литературы второго большого периода охватывает, на наш взгляд, 20–40-е гг. XX в. – возникновение новописьменной поэзии под руководством большевистской политической эстетики, насильственное утверждение социалистического реализма (мы называем его большевистским романтизмом), основанного на откровенном позитивистском идеализме не самого лучшего пошиба; вывод всех литературно-эстетических групп и группировок (они не характерны для младописьменных литератур) на единую платформу (30–40-е гг.) соцреалистического мышления, нивелирование всякой свободы художественного творчества, зарождение и упрочение позиций вульгарного социологизма и на основе этого – пресловутая «теория бесконфликтности» творчества, оказавшая губительное влияние на всю литературу, особенно на поэзию;

2.2 – время хрущевской «оттепели» породило попытки писателей сокрушить набившие оскомину принципы вульгарного социологизма, что создало обстоятельства для творчества и художественного осмысления конфликтов и противоречий действительности, сдержанного, но последовательного обращения художников к злободневным проблемам жизни, эпохи, личности, постепенного продвижения всей литературы вновь к настоящему реализму;

2.3 – начавшееся под влиянием новых веяний в литературе, искусстве, публицистике, общественном сознании крушение рецидивов большевистского идеализма и неореализма, потерявших разницу между добром и злом, и появление значительных произведений в так называемых новописьменных литературах имеют не только свои особенности, но и общее с большими (российскими и др.) художественными структурами. Постсоветская (постмодернистская) поэзия еще не совсем сформировалась в адыгейской литературе, хотя имеются отдельные попытки создания стихотворений и поэмы в стиле современного западного и русского постмодерна (подтверждением

является появление лирики и философских поэмы Н. Куека). Это характерно и для других адыгских литератур, например кабардинской (наряду с ее выдающимися достижениями в поэзии А. Кешокова и др.). Х. Бештоков перевел национальную поэзию на новый виток развития: первые его увлечения идеями и ритмами современного технического мира завершились глубинным обращением и осмыслением неувядаемой философии эпической культуры нарттов.

Сформулировать концепцию исследования нам помогли труды выдающихся ученых прошлого и нынешнего веков, исследователей стиха и поэзии в целом, системно-типологические изыскания адыгских литературоведов и особенно дагестанской школы литературоведческой науки во главе с академиком РАН Г.Г. Гамзатовым.

Одним из концептуальных положений нашей работы является функция ритма и рифмы в содержательной фактуре стихотворного текста. Как нам думается, вопрос о содержательной функции метрической структуры стихотворения достаточно объективно осмыслен в монографии В.Т. Сосновского «Слово в стихотворной полифонии XX века: на пути к синтезу». Не умаляя значения того, что проделано в области стиховедения символистами (А. Белый, В. Брюсов, А. Волынский, Д. Мережковский), затем и формальной школой, В.Т. Сосновский справедливо отмечает: «Наша цель заключалась... [в том], чтобы за рассуждениями о том, как сделано стихотворение, за математическими выкладками, призванными подтвердить его высокие формальные достоинства, не упустить главного: а что оно дает читателю в плане познания Истины, приобщения к Добру, соблюдения тех нравственных заповедей, которые передаются из поколения в поколение и позволяют человеку оставаться человеком даже тогда, когда общество утратило четкие моральные ориентиры, до предела размыло границы между Добром и Злом и фактически не борется с превосходством последнего» [1, с. 4–5]. В зависимости от метрической конструкции по-разному выражаются чувства и состояние героя, автора. Последний строит свою речь так, чтобы передать это состояние как можно ярче и сильнее. Иногда это зависит от протяженности строки – хорей, ямба или гекзаметр и т. д. Утверждать, что ямба содержательно выходит к определенным тематическим блокам, хорей – к другим, анапест – к третьим, есть занятие бесполезное и ненаучное. Но не следовало бы совсем отрицать содержательную значимость метрических конструкций в поэтическом творчестве. Отчасти с этим согласен и автор вышеприведенной цитаты.

В музыке классических форм (особенно симфонической) мы не требуем обозначения конкретных содержательных констант, имеющих на-

чало в сюжетной действительности, но отрицать их наличие означало бы отрицание содержательного компонента в ней. И не следует забывать, что в одном и том же размере стихового ряда может быть выражен не один содержательный компонент или, наоборот, определенное содержание может быть заключено в стиховом комплексе разной метрической структуры.

Искусство поэтического слова изучено достаточно основательно, но еще много нерешенных проблем – например, национальное своеобразие стихосложения. По мысли немецкого ученого Б. Унбегауна, национальное своеобразие складывается из «национальной специфики языкового материала». При этом необходимо учесть диалектический характер взаимодействия между формой стихосложения и особенностями национального языка.

Здесь не учитывается, на наш взгляд, важное обстоятельство – этногенетическое начало, формирующее психологию, духовно-нравственное содержание национального характера. Б. Томашевский

свидетельствует о том, что «ритмический закон... не вытекает механически из свойств языка», но «каждый язык имеет свой собственный ритмический материал». Далее ученый отмечает: «...в каждом языке вырабатывается своя метрическая система. Факт международного обмена литературных традиций может содействовать сближению этих систем, но никогда не стирает существенного различия между ними, возникающего из различий самого материала» [2, с. 32].

Исходя из этого, Б. Томашевский подчеркивает, что поэзия национальнее многих других форм искусства, особенно прозы. В этом особое духовное предназначение поэзии в жизни народа.

Проблем развития и нынешнего состояния адыгейской поэзии немало. Представить их всех в одной работе вряд ли возможно. Нас больше всего интересовала идея единства национального художественно-поэтического слова, сохранившего свое адыгское своеобразие в его динамическом и поступательном движении на всех этапах многовековой истории адыгейской поэзии.

Библиография использованных источников:

1. Сосновский В.Т. Слово в стихотворной полифонии XX века: на пути к синтезу. Армавир, 1998.
2. Томашевский Б.В. Стилистика и стихосложение. М., 1959.
3. Шаззо Ш.Э. Художественное своеобразие адыгейской поэзии : монография. Майкоп, 2013.

References:

1. Sosnovskiy V.T. A word in a poetry polyphony of the XX century: on the way to synthesis. Armavir, 1998.
2. Tomashevskiy B.V. Stylistics and prosody. M., 1959.
3. Shazzo Sh.E. Artistic peculiarity of Adyghe poetry : monography. Maikop, 2013.

УДК 81'06

Мальцева Раиса Ивановна

*доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры электронных СМИ и новых медиа
Кубанского государственного университета*

МЕДИАСТИЛЬ КАК НОВЫЙ ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

Аннотация: В статье анализируются результаты языковых ситуаций. Утверждается положение о формировании нового функционального варианта современного русского языка – медиастиля и субституции последним русского национального языка.

Ключевые слова: языковая ситуация, языковые антиномии, медийный стиль, тезаурус современного языка медиа.

Maltseva Raisa Ivanovna

*Doctor of Philology, Professor,
Professor of Department of Electronic Media and New Media
Kuban State University*

MEDIA STYLE AS A NEW FUNCTIONAL VARIANT OF CONTEMPORARY RUSSIAN LANGUAGE

Abstract: The article analyzes the results of language situations. The author confirms the provision about the formation of a new functional variant of contemporary Russian language – media style and substitution of Russian national language.

Keywords: language situation, language antinomy, media style, thesaurus of contemporary language of media.

Стилистическая дифференциация русской литературной речи в настоящее время непосредственно связана с процессом, называемым в лингвистике языковой ситуацией. С типологической точки зрения, языковая ситуация нового века относится к несбалансированным внутриязыковым явлениям [15, с. 102–110].

Обычно процессы перестройки коммуникативной системы происходят вследствие либо экстралингвистических воздействий, либо внутрисистемных, эволюционных преобразований. Внешние изменения инициируются сообществом говорящих, которое само меняется под влиянием социально-политических или иных факторов, и представляют собой развитие; внутренние – обуславливаются постепенными имманентными подвижками языковой системы и представляют собой эволюцию. Внутренние законы динамики ярусов языка непрерывны, иначе говоря, эволюция системы осуществляется постоянно, она панхронична. Внешние динамические изменения проявляются в определенных конкретно-исторических общественных условиях, т. е. развитие языка на каждом синхронном срезе исторически конкретно.

Любой системе, чтобы быть жизнеспособной, нужна асимметрия элементов, отсутствие механистического равновесия между компонентами горизонтального и вертикального ярусов. Асимметризм разных типов вызывает развитие и эволюцию языков. При устойчивом политическом строе, оптимальном социально-экономическом состоянии страны отмечается стабилизация языковых процессов. В периоды значительных политико-экономических перемен и социокультурных преобразований появляются новые каналы коммуникации, типы медиа, что приводит к интенсивному развитию языка. Смену общественно-экономических формаций, ломку социальной структуры общества сопровождает бурная перестройка коммуникаций, в результате которой возникают принципиально новые информационные технологии, которым соответствует переродившийся язык. Подобная картина характерна и для 20-х гг. XX в. и конца 10-х гг. XXI в.

В прошлом на стыке веков тоже наблюдались похожие явления, к примеру, в начале XVIII в. вследствие реформ Петра I или в XIX в. в результате реформаторской творческой деятельности А.С. Пушкина и Н.В. Гоголя. Первые десятиле-

тия XX в. ознаменовались сменой общественно-экономических формаций, что сопровождалось речетворческой активностью масс. При этом динамика узуса оказалась столь значительной, что потребовались десятилетия усилий специалистов для стабилизации нормы.

В период относительно устойчивого и спокойного существования социума – 1840-е – 1890-е гг., 1950-е – начало 1990-х гг. – процессы развития языка определялись соотношением понятий «национальный» – «литературный» язык, последний, в свою очередь, соотносился с феноменом художественной литературы. Современная языковая ситуация отличается нелитературоцентризмом.

Обычно именно литературный идиом в структуре национального языка выполняет функции государственного – престижного, официального коммуникативного кода внутригосударственного и межгосударственного общения, поскольку только ему свойственны правильность, словарная фиксация, нормативность и образцовость. Сфера обслуживания такого идиома – образование, наука, делопроизводство, юриспруденция, дипломатия и другие официальные области.

Между тем литературный язык – это инструмент непрерывной социальной деятельности в любой исторический период, в котором гармонично, дихотомически перфектно совмещены две стихии: живая, вариативная речь, или узус, и кодифицированная, традиционно-письменная речь, или норма. В узком смысле норма – это результат целенаправленной кодификации. Такая дефиниция нормы неразрывно связана с феноменом литературного языка, ортологические подсистемы который закреплены в словарях.

Во все времена узус мобилен, норма стабильна. В речепользовании норму и узус связывают с проявлением традиционного и инновационного, стандартного и креативного, кода и текста, системы и нормы, а также статусного и личностного [1; 2; 6, с. 22].

Названный выше асимметризм языка проявляется в одной из вечных его антиномий «узус – возможности языковой системы». Это постоянно действующее противоречие доказывает жизнестойкость и гибкость самой системы и неиссякаемую речетворческую и социальную активность масс [8, с. 24 и сл.; 7]. Если подвижная система узуса обслуживает миллионы, все сообщество говорящих, то нормой владеет преимущественно культурная и высокообразованная его часть. Нормативные образцы речи всех функционально-системных уровней престижны, апробируются и поддерживаются художественной литературой, наукой и школой, пропагандируются и распространяются публицистикой и журналистикой; вариантные образцы узуса характеризуют спон-

танную, непринужденную речь, которая находит выражение в массовой коммуникации – в интерактивных электронных медиа, в маркетинговых конструктах рекламы и PR.

Демократизация культуры приводит в действие тенденции, которые преодолевают сопротивление традиционной нормы, и в речи появляются неправильности. Взаимоотношения языковой нормы и речевого узуса не всегда антиномичны, не всегда имеют форму конфликта. Например, современная языковая действительность характеризуется наличием социолектов, языка массовой коммуникации, маркетинговых коммуникаций, языка массовой литературы, и между этими речевыми регистрами нет противоречий. В таких случаях речь идет о толерантности, диалектичности языкового знака. Толерантность языковой нормы всегда свидетельствует об открытости литературного языка, о способности его осваивать средства других субсистем национальной речи.

Асимметризмом объясняются также противопоставления двух функций языка – информационной и экспрессивной. Экспрессивных средств в языке много, но столкновение в одном тексте разностилевых или стандартно-субстандартных компонентов вызывает больший воздействующий эффект. Интенсивно расширяющееся пространство новых медиа, особенно маркетинговых, обнаруживают превалирование в текстах эмоционально-оценочных средств. Эти функции хорошо выполняют единицы субстандарта – социолектные выразительные ресурсы. Не случайно, агрессивно-сниженные речевые формы национального языка, в которых проявился еще один вид антиномии «говорящего – слушающего», внедрились в медиаречь первых десятилетий нового века. Обогащаемый же диалектно-просторечными, профессионально-жаргонными и заимствованными лексическими новшествами современный медиастиль демонстрирует толерантность языковой нормы к инновациям.

Н.И. Клушина совершенно справедливо выделяет в медиакommunikации разные типы дискурсов, оформляемые соответственно в разных стилистических форматах: информационный, публицистический и развлекательный, тогда как Г.Я. Солганик выражает уверенность в том, что публицистический стиль составляет единство информационного и публицистического подстилей [5; 10].

Три речевых варианта по своим лексико-грамматическим, модальным, экспрессивно-оценочным характеристикам, жанрово-коммуникативным свойствам и функциям составляют подстили современного языка массмедиа. Каждый из них обладает собственной интенциональностью и перлокутивными свойствами, поскольку массовость коммуникации не означает однородности

аудитории. Поэтому, как считает Н.И. Клушина, для реализации нужных интенций в каждом из типов дискурса журналист или производитель медиатекстов выбирает разные коммуникативные стратегии воздействия, оформляет содержание текстов в нужной стилистике.

В пространстве медиадискурса, считает вышеназванный автор, выделяется информационный, или новостной, субдискурс, выполняющий информационную функцию; публицистический, или тенденциозный, дискурс с функцией убеждения и дискурс развлечения [5, с. 73].

В настоящей работе мы констатируем следующее: активная фаза языковой ситуации закончилась образованием нового функционального варианта – стиля, или языка, массмедиа, вытеснившего прежний публицистический стиль, чьи лингвистические рамки оказались слишком тесными для разросшейся материи языка массовых коммуникаций.

В течение последних двадцати лет специалисты, в особенности учителя русского языка, в связи с толерантностью нормы выражали опасения по поводу порчи и кризиса литературного языка, варваризации и вульгаризации речи в результате ее псевдодемократизации и снижения общей культуры. Например, О.Б. Сиротина отмечала в начале нового века предпочтение говорящими разговорных и даже нелитературных форм [9, с. 152]. В сотнях других работ новые авторы отмечали демократизацию языковых вкусов общества и последствия этого, например любовь к американским заимствованиям.

И.А. Стернин к фактам критических явлений относил непонимание новых слов, особенно американизмов, людьми, не знакомыми с основами английского языка, неумелое пользование неологизмами в публичных выступлениях политиков, журналистов, представителей различных управленческих структур [13]. Некомпетентность в области политического дискурса и публичного коммуникативного поведения, нарушения этики во всех типах медиа сказались в случаях грубой модальности, оценочности и инвективизации речи.

Некоторое время безусловное возмущение вызывало пренебрежение нормами культуры речи в журналистских материалах – в письменных текстах, устных выступлениях на телевидении и радио. В текстах медиа длительное время проявлялось фронтальное функциональное «отставание» носителей языка от явлений развития языка, в котором синхронически осуществлялись интенсивные количественно-качественные изменения [13, с. 85].

Известные российские лингвисты Ю.Н. Караулов [3; 4], Ю.С. Степанов [11; 12], Ю.В. Рождественский [7; 8], Н.Г. Комлев [6] неоднократно заявляли,

что массовая культура, литература привели к гиперфункции массмедиа, которые преимущественно стали просвещать народ, формировать в его сознании картины политической, материальной и виртуальной реальности и даже конструировать социальную структуру общества.

Открытое глобальное информационно-коммуникативное поле способствовало тому, что во всех постсоветских странах и в России государственноидентифицирующие константы: национальная культура, русская высокая духовность, целостность православия, высокий статус русского языка как языка международного – кардинально изменяются, размываются, редуцируются или отмирают.

Безвозвратно ушло в прошлое представление о России как о самой читающей стране в мире, национальную потребность в чтении сменила привычка смотреть и слушать развлекательно-скетчевых, юмористических продуктов, западных музыкальных форм и направлений. Отечественные школы воспитания и образования мутировали в сторону западно-европейских моделей. Типичный российский представитель массовой культуры и массового потребления – среднестатистический представитель многомиллионной аудитории – деидеологизирован, политически дезориентирован, социально пассивен, легко управляем, одинок даже в условиях активной виртуальной коммуникации и т. д.

Языковой вкус нашего носителя массовой культуры сформирован мономедийностью, т. е. сильным воздействием телевидения. Масскультурный же статус телевизионных передач требует определенных жанров: ток-шоу, ситкомов, скетч-шоу, feature, политических дебатов и дискуссий. Дискурсообразование оформляется просторечно-разговорной стилистикой, полимодальной интонированностью, паузированием, артикуляционной напряженностью, высоким тоном и темпом речи. Телеведущие и журналисты в кадре раскованны, поведение героев популярных жанров нарочито эпатажно, они неуважительны к публике, оперируют агрессивными, грубо-сниженными, жаргонно-арготическими и даже обценными выражениями. Последние заменяются механическими звуковыми сигналами, но легко узнаются, и маскирующие сигналы тоже выполняют функцию дополнительной экспрессии.

Конечно, подобная манипуляция массовой аудиторией, плохо знакомой с проблемами культуры речи, жанровой либерализацией языковых норм приводит к тематической и речевой детабуизации, к привычке обсуждать интимные стороны личной жизни. Об этом много писали и продолжают писать специалисты в области медиа.

К сожалению, привыкание к употреблению субстандартных, ненормативных и табуизирован-

ных клише вульгаризирует сам процесс мышления человека, снижает его культурный статус, даже вопреки принадлежности к высокому социальному страту.

Возвращаясь к нашему утверждению о затухании активности процесса языковой ситуации, отметим главное: научные контroversы тем не менее не помешали констатировать, что система языка, даже в условиях тридцатитысячного притока заимствований не деформирована, не сломлена, напротив, она устойчива, сохраняет исконные типологические свойства и продолжает активно функционировать в условиях полисинтетической культуры, нетоталитарной политики, обслуживая все ярусы сложно стратифицированной структуры общества.

Теперь обратимся к проблеме стилевых преобразований. Научная стилистика конца XX в. базировалась на выделении в литературном языке пяти функциональных вариантов: не книжного разговорного и книжных: публицистического, официально-делового и научного; художественно-беллетристического стиль, или язык художественной литературы, как самый сложный функциональный вариант, мог содержать разностилевые ресурсы. Стилевая перестройка как второй момент языковой ситуации привела к выпадению из системы прежде всего художественно-беллетристического стиля. Демократизация речи, затронувшая всю систему литературного языка, сказалась и на мобильности функциональных вариантов, и открытости их границ. Тем не менее устойчивыми оказались научный (подвижки коснулись лишь подстилей последнего) и официально-деловой стили. Прежний публицистический стандарт в лексических, грамматических, модально-оценочных и экспрессивных границах оказался недостаточным для оформления дискурсов многочисленной тематики и жанровой принадлежности. Новые области массовой коммуникации – реклама и PR, другие типы маркетинговых коммуникаций в еще большей степени способствовали преобразованию неопублицистической речи в медийную.

«Дух времени» первых двух десятилетий XXI столетия показал «жестокую и бескомпромиссную борьбу идей», разрушение русской культуры и литературы.

Так, известный педагог, философ В.Ю. Троицкий в докладе «Русский язык и судьба России», сделанном им 21 февраля 2011 г. на круглом столе в Государственной думе высказал крайне важную мысль: языковой уровень носителей языка – это в целом вопрос стратегический и политический... Познание русского литературного языка возможно лишь через овладение наследием русской классической литературы. Мы проигрываем информационную войну. При этом иные документы

государственного уровня фактически не используются. Например, «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации», подписанная президентом России В. Путиным 9 сентября 2000 г. Названные в ней составляющие безопасности: укрепление «нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма, культурного и научного потенциала страны», а также определение угроз информационной безопасности России, таких как «девальвация духовных ценностей, пропаганда образцов массовой культуры, противоречащих ценностям, принятым в российском обществе», – по существу не принимаются во внимание [14].

Рыночные формы массовой коммуникации перестроили языковую культуру общества потребления. Тезаурус речи, обслуживающий традиционные и новые медиа, области интегрированных массовых коммуникаций, сильно расширился за счет многотысячных иноязычных заимствований (выше уже было сказано, что за пятнадцать лет стиль массмедиа вообрал в себя 30 000 американизмов). Антиномия «информативность – экспрессивность» проявилась в том, что почти 2 000 арготизмов – воровских, блатных слов и выражений, утратив прежний табуированно-криптогенный статус, поднялись до уровня разговорной лексики современного медиастилия, некоторые же приобрели нейтральность, стали стилистически еще выше. Грубые просторечные слова и выражения, общежаргонная лексика также получили статус разговорных и расширили экспрессивный подстиль массмедиа.

Национальная языковая картина мира раздвинулась в своих рамках за счет многотысячных терминологических номинаций, относящихся ранее к узкоспециальным сферам профессиональной коммуникации, терминологии разных отраслей гуманитарного и промышленно-технического знания приобрели статус общеупотребительной лексики. Это же относится и к политическому словарю. Особое место в современном медиатегаурусе занимает обширный пласт паранаучных обозначений, которые стали известны массовой аудитории из-за высокой коммерческой стоимости телепередач с участием так называемых экстрасенсов, колдунов, шаманов, псевдоцелителей и гадалок, ставших медийными личностями. Соображения выгоды, обогащения, к сожалению, снимают запреты морального характера.

Литературно-центрическая ориентация современной публичной речи заменилась медиацентрической [10, с. 125], это означает расширение состава его носителей: творцом и носителем медиаязыка становится не один социальный слой, как два десятилетия назад интеллигенция, представители интеллектуальной элиты, а многомиллионные

народные массы – урбанизированное, постиндустриальное, информационное общество.

Таким образом, главной особенностью современной языковой ситуации становится изменение вектора развития государственного языка как репрезентанта культуры (и литературы) широких демократических кругов народа России. Язык культуры и литературы, унаследовавший традиции своих классических предшественников, стал кодом национальной и государственной идентич-

ности народов России, носителем национальных традиций.

Ю.Н. Караулов утверждал: язык массовых коммуникаций, или медиастиль, обслуживающий все сферы жизни, растворивший в себе ресурсы всех функциональных разновидностей, занял главное место в системе стилей [4, с. 12]. В настоящее время он выполняет важнейшую функцию – функцию модели национального языка, объединяющего все социальные слои говорящих на родном русском языке.

Библиография использованных источников:

1. Болотнова Н.С. Краткая история стилистики художественной речи в России (к истокам коммуникативной стилистики текста). Томск, 1996. С. 48.
2. Карасик В.И. Язык социального статуса. М., 2002. С. 333.
3. Караулов Ю.Н. Язык СМИ как модель общенационального языка // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования : тезисы докладов международной научной конференции. М., 2001.
4. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 2010. С. 264.
5. Клущина Н.И. Медиастилистика // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. № 2. С. 69–77.
6. Комлев Н.Г. Слово в речи. Денотативные аспекты. М., 2007. С. 218.
7. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М., 1999. С. 245.
8. Рождественский Ю.В. Общая филология. М., 2012. С. 240–249.
9. Сиротинина О.Б. Основные критерии хорошей речи // Хорошая речь. Саратов, 2001. С. 16–28.
10. Солганик Г.Я. Современная языковая ситуация – язык СМИ – литературный язык // Журналистика и культура русской речи. 2011. № 1. С. 8–22.
11. Степанов Ю.С. Имена, предикаты, предложения: Семиологическая грамматика. М., 2007.
12. Степанов Ю.С. Протей: Очерки хаотической эволюции. М.: Языки славянской культуры, 2004. С. 264.
13. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Пермь ; Воронеж, 1998. С. 85.
14. Троицкий В.Ю. Русский язык и судьба России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.u-f.ru/Article/eksklyuziv/640347> (дата обращения: 20.12.2015).
15. Швейцер А.Д., Никольский Л.Б. Введение в социолингвистику. К типологии языковых ситуаций. М., 1978. С. 102–110.

References:

1. Bolotnova N.S. Brief history of artistic speech stylistics in Russia (to the fundamentals of communicative stylistics of the text). Tomsk, 1996. P. 48.
2. Karasik V.I. Language of social status. M., 2002. P. 333.
3. Karaulov Y.N. Media language as a model of national language // Mass media language as an object of interdisciplinary research : abstracts of International scientific conference. M., 2001.
4. Karaulov Y.N. Russian language and linguistic identity. M., 2010. P. 264.
5. Klushina N.I. Media stylistics // Language ecology and communicative pragmatics. 2014. № 2. P. 69–77.
6. Komlev N.G. Word in speech. Denotative aspects. M., 2007. P. 218.
7. Rozhdestvenskiy Y.V. Theory of rhetoric. M., 1999. P. 245.
8. Rozhdestvenskiy Y.V. General philology. M., 2012. P. 240–249.
9. Sirotinina O.B. Basic criteria of good speech // Good speech. Saratov, 2001. P. 16–28.
10. Solganik G.Y. Current language situation – media language – literary language // Journalism and culture of Russian speech. 2011. № 1. P. 8–22.
11. Stepanov Y.S. Names, predicates, sentences: semiological grammar. M., 2007.
12. Stepanov Y.S. Proteus: Sketches of chaotic evolution. M., 2004. P. 264.
13. Sternin I.A. Social processes and development of contemporary language. Perm ; Voronezh, 1998. P. 85.
14. Troitskiy V.Y. Russian language and the fate of Russia [Electronic resource]. URL: <http://www.u-f.ru/Article/eksklyuziv/640347> (date of access: 20.12.2015).
15. Shveitser A.D., Nikolskiy L.B. Introduction to sociolinguistics. Typology of language situations. M., 1978. P.102–110

Редакционно-издательская парадигма

УДК 070.41

Носаев Денис Александрович

кандидат филологических наук,

старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью

Кубанского государственного университета

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОМПОЗИЦИОННО-ГРАФИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

Аннотация: Рассматривается вопрос внедрения новых и корректировка существующих композиционно-графических моделей периодических печатных изданий как комплексный процесс, связанный с исследованием существующих элементов модели. Указано на применение специального алгоритма исследований определенных параметров издания (заголовочный комплекс, шрифты, иллюстрации, графические элементы, цвет).

Ключевые слова: композиционно-графическая модель, дизайн, периодическое издание, газета.

Nosaev Denis Aleksandrovich

Candidate of Philology

Senior Lecturer of Department of Advertisement and Public Relations

Kuban State University

SPECIAL FEATURES OF INTRODUCING COMPOSITIONAL AND GRAPHICAL MODELS OF PERIODICALS

Abstract: The paper examines the problem of introducing new and correcting already existing compositional and graphical models of printed periodicals as a generic process connected with the research of existing elements of the model. The author points out the usage of special research method for certain parameters of publication (headline complex, fonts, illustrations, graphic elements, colour).

Keywords: compositional and graphical model, design, periodical, newspaper.

Новые информационные технологии оказывают решающее воздействие на развитие современного общества. Журналистика является областью, наиболее подверженной такому воздействию. Проникновение средств массовой информации в Интернет создает условия для появления и развития новых медиа. При этом огромный информационный поток заставляет СМИ уделять большее внимание визуальному восприятию информации. Таким образом, состав современных СМИ все более зависит от дизайна. «Заметно повысилась роль иллюстрирования – визуальная информация все настойчивее теснит словесную, текстовую. Газетные тексты становятся короче; словесная информация либо дополняется, либо заменяется графической» [1, с. 54].

Газетный дизайн проявляет себя в постоянном развитии, меняясь, адаптируясь под нужды и интересы читателей. Кроме того, развитие технического прогресса влияет на сам процесс создания газет, соответственно, и на их внешний вид. При этом на рынке появляется множество новых из-

даний, и различные варианты их графических моделей не «живут» обособленно, они влияют друг на друга и вместе создают общее пространство газетного дизайна, которое отнюдь не статично.

В такой ситуации остро становится вопрос о соответствии модели каждого конкретного издания реалиям времени и современным тенденциям в дизайне печатной периодики, так как от этого напрямую зависит ее востребованность и успешность на рынке.

Не стоит забывать и о громадном значении творческой составляющей в процессе создания изданий. Даже на этапе макетирования и верстки один и тот же штатный дизайнер в разные периоды времени может найти различные решения для расстановки на полосе одних и тех же материалов. Регулирующим элементом творческого процесса здесь должна служить композиционно-графическая модель, которая помогает редакции создать единый стиль, сделать газету узнаваемой для читателя, а работу над ней для всего коллектива редакции понятной и успешной. При этом чем

крупнее газета или журнал, тем жестче становится композиционно-графическая модель, и с большей интенсивностью идет процесс унификации в работе над ними. «Узнаваемость формируется в том числе благодаря тому, что последовательно и многократно повторяются определенные оформительские элементы, цвета, приемы, взаиморасположение и пропорции фотографий, текстов, анонсов, заголовков» [2, с. 31].

В продвижении композиционно-графических моделей возможны два пути. И, если первый подразумевает достаточно резкую смену модели и разработку новой, то второй основывается на постепенном развитии существующей с ежедневным выбором наиболее удачных ее вариантов, с совершенствованием каждого отдельного элемента графической модели, но с сохранением общей устоявшейся схемы. Причем два эти пути внедрения новой модели не противоречат друг другу и могут использоваться в режиме взаимного дополнения, и редакции, движущиеся именно в таком направлении, получают, как правило, наиболее успешный продукт.

Но какой бы путь обновления или внедрения ни был выбран, периодически редакции необходимо анализировать существующую композиционно-графическую модель. Это поможет исправлять появляющиеся недочеты в модели и, не отклоняясь от нее, двигаться в нужном направлении.

Необъективная оценка дизайна конкретного издания приводит к тому, что отсутствует возможность прогнозирования его развития, при этом дизайн конкурентов может достаточно быстро качественно изменяться, превращаясь в главный движущий фактор развития издания, и позволяет занимать ведущие позиции на рынке СМИ. Соответственно возникает необходимость в более полном исследовании, оценке и прогнозировании развития дизайна периодической печати и возможности оперативного изменения модели.

При необходимости объективной оценки того или иного издания на определенном пути его развития либо группы изданий на одном временном отрезке можно использовать специальный алгоритм исследований, результаты которого позволяют наиболее точно оценить графический дизайн, определить интенсивность использования и качественную составляющую элементов графической модели. Такой подход в исследовании может быть применен к различным печатным СМИ.

Известно, что внешний вид периодического издания зависит от потребностей читательской аудитории и стратегии редакции в их удовлетворении. Именно это создает ориентированные на читателя стиль и колорит газеты, совместимые с особенностями аудитории, которой она адресована.

Такой важный параметр, как ориентир на читателя, состоит из связи с читателями (интерактивность) и удобства (удобство поиска информации или навигация). Эти критерии, определяющиеся в процессе создания газеты, влияют на все элементы композиционно-графической модели. Эта связь также и обратная. Используемые элементы влияют на навигацию, интерактивность, колорит, стиль и композицию газеты.

Кроме основной нагрузки на заголовочный комплекс, за счет которого реализована навигация, она выполняется и за счет шрифтов (размер кегля указывает на значимость материала), иллюстраций (направляет, дает сигнал читателю в иной, не текстовой, форме), графических элементов и цвета, несущих выделительную и разделительную функцию.

Шрифты в виде текста и заголовков занимают основную часть газетной площади и являются выражением стиля газеты. Если подобрать гарнитуру с большим разнообразием шрифтовых начертаний, для оформления издания можно обойтись только ею одной. В таком случае все гарнитурные шрифты будут сочетаться очень гармонично. При использовании двух гарнитур нужно четко определить, для чего предназначен каждый шрифт, составить так называемое шрифтовое расписание. Общеизвестно, что многогарнитурность в газетах ведет только к излишней пестроте и не дает хороших результатов. Обилие различных величин кеглей тоже не приносит ничего хорошего. Например, для заголовков можно использовать всего несколько размеров, так как величина заголовка должна соответствовать размеру материала.

Изменяющаяся модель заставляет довольно сильно трансформироваться и постоянно развивающийся элемент – заголовочный комплекс. «Если оценивать различные элементы издания по их способности привлекать и удерживать внимание читателя, то заголовок, наряду с иллюстрацией, безусловно, окажется на первом месте» [3, с. 20]. И чем он сложнее и оригинальнее, тем удобнее и эффективнее может быть подача информации читателям, соответственно функциональней и логичнее дизайн.

Роль графических элементов в дизайне, на первый взгляд, кажется незначительной, но благодаря именно им формируется стиль издания. Помимо выполнения своих основных функций, они делают его динамичным и насыщенным.

Цвет как элемент графической модели должен применяться продуманно и эффективно. Наиболее оправданно применение цвета в рекламе и не совсем оправданно – в шрифтах и фоне для текстов. «Максимальный эффект от применения цвета дают фотоиллюстрации. По своему инфор-

мационному наполнению и воздействию они могут становиться самостоятельными материалами» [4, с. 56]. Иллюстрации важны и в связи с их все более возрастающей ролью в оформлении. Сегодня они становятся основой дизайна издания, с опорой на них строится композиция, они могут являться и выражением колорита.

Таким образом, процесс создания и внедрения композиционно-графической модели представляется комплексным процессом исследования существующих элементов модели, создания отсутствующих и корректировка существующих элементов и создания новой или видоизмененной модели издания и применения модели к конкретному изданию.

Библиография использованных источников:

1. Тулупов В.В. Новые подходы к выпуску периодического издания // Вестник ВГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2003. № 1.
2. Сурнин Д. Неповторимая узнаваемость // 2014. Журналист. № 2.
3. Карамашева Е. Создание индивидуального облика издания // КомпьюАрт. 2001. № 10.
4. Носаев Д.А. Функции цвета в газете // Материалы научно-практической конференции «Медийные стратегии современного мира». Краснодар, 2012.

References:

1. Tulupov V.V. New approaches to the periodicals publishing // Bulletin of VSU. Ser.: Humanities. 2003. No. 1.
2. Surnin D. Unique recognition // 2014. Journalist. No. 2.
3. Karamasheva E. The creation of individual design of a publication // CompuArt. 2001. No. 10.
4. Nosaev D.A. Functions of colour in newspaper // Materials of scientific and practical conference «Media strategies in modern world». Krasnodar, 2012.

Рецензии

Хорева Людмила Николаевна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры публицистики и журналистского мастерства

Кубанского государственного университета

К ВЫХОДУ НОВОГО УЧЕБНОГО ПОСОБИЯ ПО ОСНОВАМ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Khoreva Lyudmila Nikolaevna

Candidate of Philology

Associate Professor of Department of Publicism and Journalistic Mastery

Kuban State University

ABOUT THE PUBLICATION OF A NEW TEXTBOOK ON. THE BASICS OF JOURNALISM ACTIVITY

Сопкин, Петр Терентьевич. Журналистика: основы профессионализма (мастер-класс) : учебное пособие / П.Т. Сопкин. – Краснодар : КубГУ, 2016. – 175 с.

Sopkin, Pyotr Terentyevich. Journalism: the basics of professionalism (master class) : textbook / P.T. Sopkin. – Krasnodar : KubSU, 2016. – 175 p.

Рецензируемая книга известного журналиста, кандидата филологических наук, профессора П.Т. Сопкина содержит все признаки учебного (обучающего) издания, так как представляет систематизированные сведения научно-прикладного характера, изложенные в удобной для изучения и преподавания форме, направлена на выполнение обучающей функции и рассчитана на использование в студенческой аудитории. По характеру информации относится к учебным пособиям: соответствует программе курса «Основы журналистской деятельности», содержит теоретический материал в авторской интерпретации, отражает современные проблемы развития журналистики. Кроме того, предусмотрен дидактический материал, направленный на усвоение прочитанного, формирование журналистского мышления у студента и выработку его личной позиции по отношению к профессиональным качествам.

Актуальность темы, рассматриваемой в учебном пособии П.Т. Сопкина, не просто не вызывает сомнений – книга является тем живым словом мастера, которое необходимо ученику при обретении профессии. В условиях совершенствования учебных стандартов высшего профессионального образования, программ и курсов по направлению подготовки «Журналистика» очень своевременно появление еще одной книги для учащихся, написанной на основе богатого практического опыта автора, мастерски владеющего теоретической

базой. И если госстандарт образования очерчивает цели и задачи, конкретизирует перечень знаний, умений, навыков (компетенций), которыми должен овладеть будущий журналист, то данное пособие – это один из путей к решению данных задач и достижению целей.

Методологически пособие восходит к базовым понятиям теории журналистики, на которые автор опирается в своей профессиональной деятельности. Пособие имеет подзаголовок – мастер-класс, в этом содержится определенная направленность: обещание поделиться личным опытом, помноженным на опыт многих: П.Т. Сопкин ссылается на таких мастеров слова, как В. Пельт, В. Песков, А. Аргановский, Г. Радов, И. Шатуновский, Я. Засурский, В. Тулупов и др.

Пособие состоит из введения, 10 глав, последовательно вводящих учащихся в предмет изучения, и заключения. Заголовки пособия – не сухие названия учебника – они составлены либо в вопросной форме, либо имеют побудительный характер и заставляют задуматься, размышлять.

Во введении проводится грань между понятиями «профессионализм» и «любительство» применительно к журналистике, определяется идея книги – укрепление профессиональных начал.

Оригинальна начальная глава «Знать всем!». Привлекая в помощники краткий словарь Б.Н. Лозовского, автор определяет и объясняет значение терминов и понятий, отражающих особенности

журналистики как вида профессиональной деятельности. Выстроен своеобразный по значимости, с точки зрения П.Т. Сопкина, понятийный ряд. Плагиат, компиляция, деонтология, свобода – эти четыре первых слова вызывают прежде всего к личности журналиста, нравственности, уважению к закону. Затем рассматриваются широкие понятия: система СМИ, функции журналистики, жанры, аудитория СМИ; далее – понятия собственно информационного поля, этические термины.

«Как завлечь читателя?» – во второй главе на многочисленных примерах показаны приемы выбора темы, заголовка, подзаголовков; составление лида (вводка) (пример статьи Изгаршева о М. Ростроповиче и др.); определения рубрики.

«Ищите свежие факты!» – о том, как подбирать факты, замечать их в повседневности и повторяемости.

«С опорой на философию» – глава о журналистском расследовании, интерпретации, исследовании, философском подходе, получении знаний в течение всей творческой жизни журналиста. Главные мысли представлены тезисами: «Диалектика журналистики – продвигать развитие человеческой цивилизации» и «Истинное журналистское мастерство проявляется тогда, когда мы, авторы, смело идем на штурм сложного – особых жизненных тем, с соответствующим творческим подходом к их раскрытию».

«Как шагнуть за пределы достигнутого?» – как наращивать мастерство, осваивать разнообразные приемы (недобор-перебор фактов, использование прямой речи, литературная огранка фактов: образность, введение действующих лиц, прямая речь, описание внешности человека, использование деталей).

«Смелее экспериментировать!» – автор призывает ломать стереотипы: использовать паузы, сравнения, отступления, внутренние лиды...

«Ее «величеству» проблеме посвящается...» – о том, как искать злободневные проблемы. Автор пишет очень живо, с массой примеров из своей практики. Напоминает, что жизнь есть борьба (в частности, о преодолении трудностей в стремлении остаться в профессии – из личного опыта). Чтобы не быть голословным в тезисе о многочисленности проблем, о которых стоит говорить в прессе, П.Т. Сопкин называет современные проблемы краевого департамента по финансам и других отраслей. При этом за перечнем проблем – напоминание: не забывать о человеке! И другой

тезис, направленный уже на личность журналиста: «Чем обширнее представления журналиста о проблематике жизни – тем выше его интеллект, то есть мыслительные способности».

«СМИ России нуждаются в лечении» – автор рассказывает своим читателям-студентам о непростой ситуации в СМИ, обусловленной переменами в общественной и политической жизни, привлекая также мнения исследователей (В.В. Тулупов и др.).

«Учиться у мэтров!» – здесь представлено обозрение рекомендаций и опыта выдающихся литераторов. В этом списке М. Ломоносов, А. Аграновский, Ю. Крикунов, Ю. Феофанов, Н. Александрова, Л. Корявин, М. Кольцов, М. Шагинян, Б. Агапов, Ю. Черниченко, Ю. Жуков, А. Бовин и др.

«Изменять мир властью слова» – предпоследняя глава – о мастерстве очеркиста, в чем сам П.Т. Сопкин мало кому уступает. Как считает автор, очерк – вершина журналистики: «в рамках этого жанра журналистика активно, целенаправленно влияет на действительность, стремясь изменить ее к лучшему...» (с. 122).

«Мастерская» – последняя глава, в которой даны 30 заданий: большинство из них – к журналистским текстам, на которые чаще всего ссылался автор; другие задания – по разнообразным проблемам, поднимаемым в пособии. Цитируемые в предыдущих главах тексты здесь приводятся полностью. Предполагается, что автор со слушателями будет работать над ними на занятиях в своем мастер-классе.

Подводя итог в небольшом заключении, П.Т. Сопкин в доброжелательном тоне предостерегает будущих мастеров слова от необдуманных, грубых, резких публикаций. Автор напоминает, что за каждым словом журналиста – достоинство, авторитет всей журналистики. Завершается пособие списком литературы, которую автор использовал при его написании.

П.Т. Сопкин мастерски владеет письменной речью, стилистикой учебного текста, речь его ясна, точна, логична, лаконична, обладает необходимой полнотой и разнообразием. Отметим, что тон пособия не менторский, не назидательный – с юмором, с примерами из жизни: словно не книгу читаешь, а в аудитории слушаешь любимого преподавателя.

Книга «Журналистика: основы профессионализма (мастер-класс)» рекомендована в качестве учебного пособия для подготовки бакалавров по направлению 42.03.02 Журналистика и уже находится в печати.

Порядок публикации научных материалов в журнале «Научный вестник Кубанского государственного университета. Медиакоммуникация»

Принимаются научные статьи российских и зарубежных специалистов в области гуманитарных наук, связанных с проблемами коммуникации: теории и истории филологии, журналистики, междисциплинарных направлений в областях рекламы, PR, интегрированных массовых коммуникаций, культурологии, политологии, социологии, психологии и других наук по тематике журнала. Редакция рассматривает статьи, ранее нигде не публиковавшиеся.

Требования к оформлению статей

Статья принимается одним файлом, названным фамилией автора (соавторов), в формате Word. Статья (вместе со сведениями об авторе, аннотацией, ключевыми словами и библиографией) по объему не должна превышать 25 000 знаков, включая пробелы (от 6 до 15 типовых страниц), и в электронном варианте должна иметь следующий вид:

- редактор Microsoft Word;
- шрифт Times New Roman;
- формат А4, кегль 14, обычный – без уплотнения;
- текст без переносов;
- межстрочный интервал – полуторный (компьютерный);
- выравнивание – по ширине;
- поля – верхнее, нижнее, правое, левое – 2,5 см;
- номера страниц – сверху посередине, на первой странице номер не указывать;
- абзацный отступ – 1,25 см;
- межабзацный интервал – 0;
- сокращения – используются только общепринятые для печатных изданий: т. д., т. п., т. е., и др., и проч., млн, млрд, г., гг., в., вв., а также наименований единиц измерения (т, кг, м, см, кв. м и т. п.);
- таблицы представляются в формате Word, должны иметь нумерационный и тематический заголовки, расположенные над таблицей. Иллюстрации (схемы, рисунки, графики, диаграммы, фотографии и т. п.) также нумеруются и подписываются внизу;
- отсылки на литературу приводятся непосредственно после фрагмента, требующего ссылки на источник; форма отсылки – цифра в квадратных скобках, соответствующая номеру источника в затекстовом библиографическом списке: [5], при наличии нескольких источников – через точку с запятой: [5; 11]; при цитировании (прямом или косвенном) указываются страницы через запятую со строчной буквой с., например: [2, с. 5], в интервале страниц пишется тире без пробелов: [2, с. 5–8].
- список использованных источников располагается в конце текста (входит в общий объем статьи и формируется по алфавиту, сначала литература на русском языке, затем на иностранных языках).

Статья должна включать следующие обязательные элементы:

- код УДК;
 - сведения об авторе (авторах): полностью – фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, должность и место работы (например, официальное наименование учебного заведения и кафедры/другого подразделения вуза),
 - контактную информацию (не публикуется): почтовый и электронный адрес, телефон (для связи с авторами, так как до выхода журнала из печати автор должен познакомиться с вычитанным текстом статьи и ответить согласием/несогласием и высказать замечания); магистранты указывают, кроме того, данные руководителя;
 - заголовок статьи,
 - аннотацию (до 600 знаков),
 - ключевые слова (8–10 слов или словосочетаний),
 - текст статьи, при необходимости включающий формулы, таблицы и иллюстрации,
 - библиографический список использованных источников по алфавиту,
- Информация об авторах, название статьи, аннотация, ключевые слова и библиографический список приводятся на русском и английском языках.

Образец оформления дотекстовой части статьи:

УДК 340.122

Гараева Галина Фаизовна

доктор философских наук, профессор,

профессор кафедры общетеоретических правовых дисциплин,

заместитель директора по научной работе

Северо-Кавказского филиала

Российского государственного университета правосудия

350002 г. Краснодар, ул. Леваневского, д. 187, к. 14.

Тел.: 8 (861) 271-74-29, sophia_kub@mail.ru

Аннотация: В статье рассматриваются взгляды А.П. Куницына на сущность и предназначение судебной власти. В центре внимания автора статьи общая цель членов общества, которая выступает как идейное основание системы государственной власти, в которую входит судебная власть. Судебная власть характеризуется с точки зрения ее опоры на естественно-правовые идеи, законность, единство судебной практики.

Ключевые слова: естественное право, судебная власть, государственная власть, законодательная власть, бюллетенная власть, закон, право, цель.

Garaeva Galina Faizovna

Doctor of Philosophy, professor

Professor of the chair of general theoretical and legal department, deputy director for scientific work, North-Caucasian branch of Russian State University of Justice

tel.: (861) 251-74-29, sophia_kub@mail.ru

Purpose of judicial power (based on creativity A.P. Kunitsyn)

Abstract: The article considers the views of A.P. Kunitsyn on the nature and the purpose of the judicial power. The author focuses on the general goal of society members, which acts as an ideological foundation of the state power system that includes the judicial branch. The judiciary is characterized in terms of its reliance on natural law ideas, the rule of law, the unity of judicial practice.

Keywords: natural law, judiciary, government, legislature, observing authority, laws, regulations, aim.

Образцы оформления ссылок:

а) для книг – фамилия, инициалы автора, полное название книги, место (город) и год издания, например:

1. Выготский Л.С. Мышление и речь // Собр. соч. М., 1982. Т. 2.

2. Словарь литературоведческих терминов. М., 1974.

3. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. М., 1933.

4. Phillips K.S. Language and Class in Victorian England. London, 1984;

б) для статей – фамилия, инициалы автора, полное название статьи, название сборника, книги, газеты, журнала, в которых опубликована статья; место и год издания – для книг, год и номер – для газеты, журнала, например:

1. Белкин А.А., Гумерова Л.Ш. Понятие и особенности правового статуса органа советского государственного управления // Государственное управление и право: история и современность. Л., 1984. С. 6–12.

2. Конрад Н.И. О китайском языке // Вопр. языкознания. 1952. № 3.

3. Francois D. L'oral, les oraux et leur grammaire // Le Francais dans le monde. 1979. № 45.

в) для интернет-источников – фамилия автора и/или название материала, общее обозначение материала – [Электронный ресурс], аббревиатура URL (унифицированный указатель ресурса) с электронным адресом (<http://nesiditsa.ru/city/krasnodar>), дата обращения в круглых скобках (дата обращения: 01.01.2015), например:

1. Интеллигентность [Электронный ресурс] // А – Я. Психология: тесты, тренинги, словарь, статьи. URL: <http://azps.ru/polpsy/lib/intelligent.html> (дата обращения: 21.03.2015).

2. Гурьева М.А. Экологизация экономики: международный опыт [Электронный ресурс] // Армия и общество. 2012. № 4 (32). С. 114–120. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekologizatsiya-ekonomiki-mezhdunarodnyy-opyt> (дата обращения: 20.03.2014).

3. Рецензии на книги Аркадия Эммануиловича Мильчина [Электронный ресурс]. URL: <http://www.livelib.ru/author/108313/reviews> (дата обращения: 23.03.2015).

Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке, проверять на уникальность (не менее 65 % по версии Advego Plagiatus) и отсылать авторам на доработку, а также отклонять с предоставлением аргументированного отказа в письменной форме. Автор несет ответственность за точность приведенных данных и содержание статьи; обязуется не публиковать статью (полностью или частично) в других изданиях.

За публикацию взимается плата в размере 200 руб. за авторскую страницу указанного выше формата статьи. Оплату следует производить только после уведомления автора редакцией о положительном решении редсовета журнала о публикации. В стоимость публикации входят: рассмотрение статьи редакционным советом и редакционной коллегией журнала, редакторская обработка статьи, верстка печатной версии журнала, печать номера журнала, один печатный экземпляр журнала.

Адрес редакции: 350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7. Телефон: 8 (861) 275-82-40.

Кравченко Надежда Павловна

тел.: 8 (918) 483-16-12; e-mail: kubgu@inbox.ru

Демина Людмила Ивановна

тел.: 8 (918) 228-58-68; e-mail: de-li@yandex.ru

Будем рады видеть вас в числе авторов нашего журнала!

Научное издание
Медиакоммуникация.
Научный вестник Кубанского государственного университета


Федеральная служба
по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор)

СВИДЕТЕЛЬСТВО
О РЕГИСТРАЦИИ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ПИ № ФС77-60936 от 02 марта 2015 г.

Название: Научный вестник Кубанского государственного университета Медиакоммуникация

Адрес редакции: 350011, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Сормовская, д. 7

Примерная тематика и (или) специализация: Научная тематика журнала направлена на публикацию результатов аналитического, научно-исследовательского и научно-методического характера в различных областях медиакоммуникации, медиаобразования, интегрированных коммуникаций и филологии. К ним относятся научные исследования, отражающие проблемы традиционных и новых медиа, культуры и языка медиакоммуникации, русской литературы в мировом культурном контексте. Тематическая направленность публикуемых в журнале материалов связана с вопросами культуры, психологии, социологии медиакоммуникаций и интегрированных коммуникаций, а также с вопросами медиакритики, межкультурной коммуникации в мировом культурном пространстве и функционирование традиционных и новых медиа в современном пространстве

Форма периодического распространения
(вид - для периодического печатного издания): Периодическое печатное издание, журнал

Язык(и): русский

Территория распространения: Российская Федерация

Учредитель (соучредители) (адрес): федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Кубанский государственный университет" (350040, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Ставропольская, д. 149)

Заместитель руководителя  **М.Ю. Ксенов**

Врио начальника Управления разрешительной работы в сфере массовых коммуникаций  **Е.С. Корсакова**

057160

Главный редактор Н.П. Кравченко

Редактор, корректор Л.Н. Хорева
Технический редактор Д.А. Носаев

Адрес редакции: 350018, Россия, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7.
E-mail: kubgu@inbox.ru

Подписано в печать 28.12.2015. Заказ № 30. Тираж 500 экз.
Печать офсетная. Бумага офсетная. Усл. п. л. 15,5. Формат 60х90 1/8.
Отпечатано с оригинал-макета в ИП Маслихова Светлана Алексеевна
350020, г. Краснодар, ул. Морская, 4, кв. 43.