

**ББК 76  
А 38**

**Факультет  
журналистики ВГУ  
Академия наук  
региональной печати**

## **АКЦЕНТЫ**

**НОВОЕ  
В МАССОВОЙ  
КОММУНИКАЦИИ**

**АЛЬМАНАХ**

**ВЫПУСК 3 – 4  
(46 – 47)**

**Редакционная  
коллегия:**

**В.В. Тулупов —  
главный редактор**

А. И. Акопов  
С.А. Гостеева  
Л.Е. Кройчик  
(Воронеж)  
С.Г. Корконосенко  
(Санкт-Петербург)  
А. И. Станько  
(Ростов-на-Дону)  
Ю.Н. Мясников  
(Томск)  
В.Ф. Олешко  
(Екатеринбург)  
А.Л. Факторович  
(Краснодар)

**ISBN 5-900955-02-8**

**ВОРОНЕЖ — 2004**

## ***Содержание***

### **СЛОВО РЕДАКТОРА**

<i>В. В. Тулупов</i>	3
Актуальная дискуссия .....	

### **В НАЧАЛЕ НОМЕРА**

<i>Г. В. Чевозерова</i>	
Элементарный анализ общества: активная универсальная	
личность как элемент гражданского общества .....	5
<i>Е. В. Ахмадулин</i>	
Модели систем журналистики российской научной школы .....	17

### **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ**

<i>Н. В. Бергер</i>	
Метод журналистского расследования	
как типоформирующий фактор современной печати .....	27
<i>А. П. Короченский</i>	
Преимущества междисциплинарности .....	35
<i>С. Л. Страшнов</i>	
Просветительская журналистика и современное искусство .....	39
<i>В. И. Золотарев</i>	
У истоков воронежского телевидения .....	49

### **ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ**

<i>В. И. Черкашин</i>	
Архаический пласт древнегреческой	
(800-670/657 гг. до н.э.) и древнеримской	
(800-534 гг. до н.э.) религиозной протопублицистики .....	55
<i>А. И. Гончаров</i>	
Юродство как религиозно-публицистический	
элемент в «Хождении за три моря» Афанасия Никитина .....	66
<i>А. В. Тараненко</i>	
Хосе Ортега-и-Гассет — потомственный	
журналист, издатель и публицист .....	70

### **РЕКЛАМА И PR**

<i>Л. Н. Федотова</i>	
«Девушка без головы» — хит рекламы-2003 .....	75
<i>О. Островая</i>	
Шрифтовая политика в политической рекламе .....	81
<i>А. Е. Богоявленский</i>	
Маленькая задачка по обществоведению	
(размышления в стиле научного эссе) .....	85
<i>М. А. Кирьяшина</i>	
Манипулирование в избирательном процессе .....	94

### **ЛИТЕРАТУРА**

<i>М. А. Денисова</i>	
М.А. Протопопов о творчестве А.П. Чехова .....	96
<i>Н. С. Пояркова</i>	
Образ Москвы в ранней прозе М. А. Булгакова .....	99

### **СООБЩЕНИЯ .....** 108

### **ЮБИЛЕИ .....** 110

### **ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ .....** 112

### **ИНФОРМАЦИЯ .....** 114

## **Уважаемые коллеги!**

Мы по-прежнему ждем от вас новых работ — дискуссионных, проблемных, новаторских. Редакция просит сопровождать материалы сведениями об авторе (фамилия, имя, отчество, должность, место работы, адрес, телефон, факс, e-mail). Объемы статей не должны превышать одного печатного листа, за исключением работ из нескольких частей, публикуемых с продолжением. Сноски и примечания должны быть затекстовыми, со сквозной нумерацией. Статьи сопровождаются электронным вариантом в виде файла (по e-mail или на дискете).

Нам можно написать:

*394068, Воронеж, ул. Хользунова, 40а, факультет журналистики  
ВГУ. В.В.Тулупову (dean@jour.vsu.ru).*

С нами можно связаться

**по телефонам: (0732) 13-17-50, 13-17-56, 74-52-71, 33-64-31;**

**по факсу: 74-52-71;**

**по электронной почте (E-mail): root@jour.vsu.ru**

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

В. В. Тулупов

# Актуальная дискуссия

В начале 2004 года «Литературная газета» открыла дискуссию под рубрикой «Лживое перо страшнее пистолета», поставив такие вопросы: «Что такое честная журналистика в наше рыночное время? Можно ли называть журналистами пиарщиков? Как быть с теми, кто, работая в СМИ, не признает профессиональную этику?». «Акценты» уже откликались на мнения президента Фонда защиты гласности Алексея Симонова и главного редактора радиостанции «Эхо Москвы» Алексея Венедиктова (Акценты. Новое в массовой коммуникации, 2004, № 1–2, с. 5), открывших полемику. Хотелось бы продолжить обзор высступлений на эту злободневную тему.

Известный журналист **Виталий Третьяков**, прежде чем ответить на указанные выше вопросы, задает свой, не менее дискуссионный: является ли использование лжи в современной журналистике аномалией или закономерностью? И уже во вступлении к своей статье «Лживая правда журналистики» (Литературная газета, 2004, № 3–4, с.4) заявляет: «*Можно ли жить не по лжи, я не знаю (сомневаюсь, что можно). Но то, что писать и говорить в современных СМИ только не по лжи нереально, утверждаю. Это все равно что воевать и не убивать.*

Автор начинает с краткого изложения двух теоретических подходов – «коммунистического» и «буржуазного» (либерального) – к проблемам правды и объективности. Советская теория журналистики признавала приоритет классового интереса по отношению ко всем понятиям и категориям, включая объективность и «классовую правду», которая у каждого всегда своя». «...*В этом смысле коммунистическая теория (по крайней мере, в начале XX века) была честнее «буржуазных», ибо прямо признавала, что абсолютной объективности не могут добиться, если даже хотят, ни буржуазные журналисты (но они в этом не признаются), ни коммунистические, но последние не скрывают своей ангажированности. Конечно, необходимо отметить, что коммунистическая теория все-таки считала свою «классовую правду» ближе к общечеловеческой. На то же претендовали и «буржуазные» теории.*

Я бы, кстати, сказал так: советская (ленинская) теория журналистики была честнее (объективнее, научнее) западных, а практика, конечно же, наоборот. Честность советской теории нивелировалась монополизмом и тотальностью ее практического применения».

Останавливаясь на характеристике буржуазных вариантов трактовки правды (первый предполагает максимальное приближение к ней через плюрализм мнений; второй признает главенствующей правду фак-

та, отделенного от журналистского анализа: «факты священны, комментарии свободны»), В. Третьяков допускает сведение воедино коммунистической теории и некоммунистической практики, считая, что в реальной жизни так и происходит.

Любая теория основана на некоем идеале, к которому и стремится практика (при условии, что фундаментальные положения теории осознаны, приняты, и есть желание, воля к их реализации). Отечественная теория журналистики, синтезирующая достижения в области филологии, философии, психологии, политологии и др. наук, всегда отличалась основательностью, широтой взгляда. Западный подход отмечен подробными исследованиями частных направлений, что объясняется пониманием журналистики прежде всего как ремесла, журналиста прежде всего как информатора, но не вольного комментатора. В. Третьяков, например, не считая функцию информирования общества, граждан единственной и главной для журналистики, замечает, что существуют еще как минимум функции «интегрирования (объединения) общества, донесение до власти мнения общества по тем или иным вопросам, а также управление обществом со стороны власти, социализация подрастающих поколений и даже функция развлечения».

Советская журналистика подвергалась идеологическому диктату, который тем не менее в лучших образцах – за счет мастерства публицистов, выстраивавших логический ряд неоспоримых доказательств, активно обращавшихся к подтексту, многоаспектной образной трактовке ситуаций, героев и др. – преодолевался. Сегодня мы являемся свидетелями не менее жесткого диктата: развитию свободных СМИ (а значит, реализации прогрессивной теории) препятствуют различного рода монополисты, и прежде всего исполнительная власть, бумагопроизводители, полиграфисты и распространители. Владельцами, издателями, редакторами нередко становятся люди, умело приспособливающиеся к условиям кризисной («перевернутой») экономики, рассматривающие СМИ в качестве источника дохода либо средства достижения сугубо политических целей (что в конечном итоге также обираивается финансовыми выгодами).

Но следует заметить, что журналистика во все времена была полем борьбы, сложным противоречивым процессом, опасной деятельностью на пути к объективности и правде.

В. Третьяков интересно размышляет о причинах, побуждающих журналистов публиковать правду: чтобы быть средствами массовой информации; чтобы продемонстрировать качество своей работы (инфор-

мированность); чтобы влиять; чтобы однажды иметь возможность опубликовать ложь (обман), принимаемую аудиторией за правду; чтобы воздействовать на ход каких-то событий («Самое распространенное употребление правды в этом плане – с целью борьбы с общественными пороками или публичными фигурами, представляющими, по мнению журналиста, или редакции, или – внимание! – владельца данного СМИ, угрозу для общества. Или части общества. Или – опять внимание! – угрозы для владельца данного СМИ»). Среди причин умолчания, которое может быть весьма активным и даже агрессивным, автор выделяет одну: не желание что-либо обнародовать (плохая информация о себе, своих друзьях, своей корпорации, своей стране и т. д., и т. д.). Цена же умолчания может быть разной, и пользующиеся этим приемом должны помнить о молве, слухах, предположениях, утечках, «сливах информации», распространяемых как по неформальным каналам, так и через конкурентные СМИ...

Выдвигая такие, на первый взгляд, парадоксальные максимы, как «Профессиональная мораль всегда аморальная», «Ложь и обман как реальность журналистики», В. Третьяков хотя и конспективно, но достаточно убедительно доказывает их очевидность на конкретных примерах, затем приводит своеобразные классификации лжи и обмана. Различая ложь сознательную и бессознательную, он сначала останавливается на путях появления второй разновидности: источник информации, которому принято доверять, может снабдить журналиста заведомо ложной информацией; сам журналист может ошибиться, поверив в правдоподобность полученной недостоверной информации; журналист для полноты картины домысливает факты, играет словами в заголовках, исказяющими суть текста, использует архивные фотографии без указания происхождения, выдает некомпетентные или случайные мнения за компетентные и достоверные, дезавуирует истинные сообщения путем справедливой, но негативной характеристики его источника и мн. др. К обману автор относит фальсификацию тиражей, публикацию заказных платных материалов под видом журналистских, недобросовестную пропаганду, «добродетельный» обман, основанный на формуле «цель оправдывает средства», безобидный обман как разновидность фанаберии, хвастовства, дезинформацию, клевету, диффамацию и т. п. В заключении статьи В. Третьяков с грустью замечает, что российская журналистика сегодня не лучшая блюстительница морали и что вообще говорить о ней еще не пришло время...

Продолжил дискуссию журналист **Сергей Золовкин**, известный своими громкими расследованиями в Краснодарском крае, чудом уцелевший после нападения киллера и вынужденный в настоящее время проживать в Германии («Оборотни без погон» // Литературная газета, № 5, 4-10 февраля 2004 г., с. 4). Говоря об актуальности этики журналистики, С. Золовкин напомнил о двух случаях из современной практики американской журналистики, ставших предметом активного общественного обсуждения: об увольнении

знаменитого репортера, решившего давать «фронтовые репортажи» из Ирака, не покидая собственной квартиры, и о позоре ведущего обозревателя газеты «Ю-Эс-Эй тудей», номинанта Пулитцеровской премии Джека Келли, которого изобличили в фальсификации некоторых фактов участия сербских военных в этнических чистках, подтасовке и использовании вымысла в репортажах из Израиля. А затем, рассказав о собственном опыте борьбы с властью имущими, заключил: «За обман и подтасовку, понятно, наказывать надо не только словами. Поэтому на вопрос «Литературки»: «Нужно ли привлекать к уголовной ответственности журналиста, извращавшего факты и тем самым публично унизвившего героя своей публикации? И так ли уж необходима статья о клевете в Уголовном Кодексе России?» отвечаю без колебаний – да!». Естественно, что при этом важно, чтобы сама судебная система отличалась профессионализмом, то есть этичностью. Журналистское сообщество должно объединяться в борьбе за чистоту профессии, прибегая к помощи Большого жюри Союза журналистов, Судов чести и т. п.

Воронежский журналист **Александр Ягодкин**, поддерживающая своего кубанского коллегу, утверждает, что власть надежно «овладела» провинциальной свободой слова: «Власть, которая на глазах становится абсолютной, и разворачивает все абсолютней... Учителей, журналистов – всех... И ни разу не приходилось слышать, чтобы власть несла ответственность за действия, которые откровенно противоречат Конституции! Какое еще равенство всех граждан перед законом? У нас что, губернатор и журналист несут одинаковую ответственность? Когда власть слышит слова «культура» и «конституционная свобода», она хватается за пистолет. В смысле за административный ресурс. И на правах царей природы наводит тот порядок, который джуングлям соответствует».

Известный публицист **Анатолий Друзенко** считает, что в ходе этой дискуссии нельзя обойти стороной такое важное обстоятельство: СМИ потеряли интерес к простому человеку, они уходят от типичного, концентрируя внимание на исключительном, странном, часто уродливом, граничащем с извращением. «Складывается впечатление, что если раньше, в советские времена, освещение в СМИ истинной жизни подменялось пропагандой успеха, то сейчас та же самая цель – отвлечь от реалий – достигается пропагандой «клубнички». То есть журналисты творят новую неправду, некую виртуальную, далекую от действительности реальность. «В экономике обществу навязали принцип «рынок сам все регулирует». К чему это привело, известно. Не таков ли эффект и у другого принципа: «свобода слова сама регулирует общественные отношения»?

*Но готово ли к этому общество, в котором свободу слова спутали со свободой слов и вседозволенностью?*

Дискуссия как-то неожиданно оборвалась. Возможно, она и получит продолжение и редакция опубликует новые мнения читателей, подведет некий итог, но уже и тот разговор, что состоялся, дал богатую пищу для размышлений, показал, что проблема, обозначенная редакцией, имеет не только теоретический, но и практический смысл.

**Г. В. Чевозерова**

## **Элементарный анализ общества: активная универсальная личность как элемент гражданского общества**

Часть вторая

Философская антропология и социальная философия рассматривают человека как биосоциальное существо, а общество как биосоциальный феномен. И, как уже было сказано нами ранее, биологическое и социальное начало в человеке взаимодействует по принципу органической связи, при которой целое определяет качество своих частей, а части сохраняют свое самостоятельное значение для целого. Последнее означает, что как духовная, так и биологическая (материальная) сторона жизни человека влияют, каждая в своей мере, на качество жизни в целом.

До сих пор мы вели речь о духовной стороне жизни человека, о взаимоотношениях, в которые вступает личность с обществом в области своего духовного общения. Но личность реально проживает свою жизнь среди людей на конкретной территории в конкретное время, то есть имеет не только духовные, но и так называемые материальные взаимоотношения с другими членами общества и обществом в целом. Что же лежит в основе этих отношений, какова их онтологическая суть? Не решив этого вопроса, мы не можем составить себе полного представления об активной универсальной личности как элементе общественной системы, ибо, как мы уже говорили, личность есть органический синтез духовного и материального бытия. Она не только есть бесконечная в своей потенциальности совокупность свойств, знаний и представлений, она есть такая же потенциальная бесконечная совокупность навыков. Она, в конце концов, может не только знать и уметь, но и иметь, то есть **обладать собственностью**. Последнее выступает как результат реализации гносеологических усилий человека с одной стороны, и как условие для них же с другой стороны. Собственность характеризует материальные отношения человека с обществом, являет собой их результат. Но и сама собственность как материальная характеристика человека формируется под влиянием общества как целостности. Таким образом, очень важно попытаться определить, что есть идея собственности и институт собственности, порождены ли они природной сущностью человека или суть искусственные его построения?

Спор об этом уходит в глубь веков и формулируется как две противоположные философские идеи. Одна из них гласит, что собственность есть *естественное право человека*, вырастающее из его естественной потребности к самоидентификации, выделению себя в окружающем мире, как в духовном, так и в материальном плане. Другая идея, напротив, считает собственность *искусственным изобретением человека*, и уже потому вызывающим сомнения в его необходимости как таковой.

Интересно и то, что само понимание собственности также рассматривается мыслителями с разной степенью расширения сути понятия. Этимологически «property» восходит к латинскому «proprietus» в значении: свойственный данному человеку, лично ему присущий. На этой основе византийская юриспруденция выработала термин «proprietas», или «собственность». То же по-русски: «собственность» идет от древнерусского, церковнославянского смысла «свойство, своеобразие, сущность»<sup>1</sup>.

**«Собственность (property) означает формально признанное государственной властью право собственника или собственников как на исключительное, без чьего-либо участия, пользование своим имуществом, так и на любой способ распоряжения им, включая продажу»<sup>2</sup>.**

Но в более широком смысле «собственность» с конца средних веков стала охватывать все лично принадлежащее человеку, включая его жизнь и свободу. В современном мире понятие «собственность» еще больше стало относиться к невещественным видам имущества, таким как кредиты, патенты, авторские права. Более того, это понятие стало распространяться на все, что человек считает своим, включая все свои права человека. Вот здесь и проявляется органическая взаимосвязь духовной и материальной сущности человека. И эта взаимосвязь буквально сплавляет между собой сущностное качество человека — свободу и результат ее реализации в материальном мире — собственность. Это видно уже из определений этих понятий. В собственности мы нашли следы свободы. То же найдем, если попытаемся определить известные значения понятия «свобода». У того же исследователя этой проблемы, Ричарда Пайпса, свобода понимается в четырех значениях:

1. политическая — право участвовать в выборах должностных лиц, берущих на себя управление обществом,

2. правовая — право человека в своих отношениях с людьми и государством прибегать к суду третьей стороны, представляющей закон,

3. экономическая — право свободно пользоваться и распоряжаться своим имуществом,

4. права личности — право на жизнь и свободу, а также возможность поступать как угодно при условии, что это не ущемляет прав и свобод других людей, т. е. отсутствие принуждения<sup>3</sup>.

Как видно из предложенных определений, есть у человека собственность на свободу, равно как есть и свобода распоряжаться своей собственностью. Свобода реализуется не только через собственность, точно так же как собственность порождает не только свободу. Однако тесное переплетение этих понятий даже на уровне их этимологических корней очевидно. И если свобода онтологически присущее качество человека, то и собственность, столь тесно с нею связанная, по всей вероятности, имеет естественное, природное происхождение.

Спор о естественности или искусственности собственности как таковой возник на заре человеческой мысли. И до сих пор он продолжает существенно определять ход развития личности и истории человечества. Со времен Платона и Аристотеля вплоть до наших дней споры о собственности, как считает Ричард Пайпс, вращаются вокруг четырех основных тем, касающихся ее связи, соответственно, с политикой, этикой, экономикой и психологией:

1. Политический довод в пользу собственности сводится к тому, что она способствует упрочению стабильности в обществе и обузданию власти государства. Против собственности приводится соображение о том, что собственность порождает неравенство и следом за ним общественную напряженность.

2. Нравственное оправдание собственности основывается на том, что каждый имеет право на плоды своего труда. Но все ли имеющие прилагают свой труд к тому, что имеют?

3. Экономические соображения в пользу собственности состоят в том, что она является самым действенным средством создания богатства. Критики же этой точки зрения говорят, что экономическая активность ведет к расточительной конкуренции.

4. Собственность есть благо с психологической точки зрения потому, что она поддерживает в человеке чувство собственного достоинства и самоуважения. Критики же считают, что она разлагает человека, заражая его жадностью.

«Эти четыре пары мнений полностью исчерпывают весь набор доводов, которые за последние три тысячи лет выдвигались за и против собственности. В самой основе спора лежит противостояние морального и прагматического подходов к делу»<sup>4</sup>. Они обозначились еще у Платона и Аристотеля, впервые сформулировавших свои позиции по проблеме соб-

ственности. Платон исповедовал нравственный подход и считал, что собственность и добродетель несовместимы: «Разве не в таком соотношении находятся богатства и добродетель, что положи их на разные чаши весов, и одно всегда будет перевешивать другое»<sup>5</sup>.

Аристотель защищал собственность по соображениям пользы (прагматический подход). Он считал, что отмена собственности — это непрактично, потому что ни один человек не станет должным образом заботиться о вещах, которые ему не принадлежат: «... трудно выразить словами, сколько наслаждения в сознании того, что нечто принадлежит тебе, ведь своеобразное каждому чувство любви к самому себе не случайно, но внедрено в нас самой природой»<sup>6</sup>.

Нравственное и прагматическое противопоставлялись друг другу, прежде всего потому, что не был решен вопрос о происхождении собственности. Дело в том, что если собственность существует «по договору» (искусственное образование), то с ней можно покончить, и тогда восторжествует добродетель как природная ценность человека. Если же собственность принадлежит царству природы, ее следует принимать как не подлежащее изменению условие жизни, и в том будет состоять ее нравственное оправдание.

Ранняя греческая наука в лице школы стоиков, организованной одновременно с возникновением Македонского государства, различала бесконечное разнообразие явлений природы и основополагающее единство законов, которым природа подчиняется. Со временем то же положение стало применяться к делам человеческим. Стоики утверждали, что основополагающие начала общественного устройства не подлежат изменению, т. к. они коренятся в естественном порядке вещей. Суть свободы в том, чтобы жить в согласии с законами природы.

Философия стоиков и понятие естественного права приобрели большую популярность в Риме, чем у себя на родине в Греции. И это не случайно, ведь попытки сформировать римское право столкнулись с серьезной проблемой: Рим покорил большие территории и должен был сформировать, по сути, международное право, понятное всем, кто находился под его влиянием и управлением. Для этого пришлось искать философское обоснование юридическим законам, чтобы они носили характер общечеловеческого договора. Таким образом, международное право постепенно слилось с естественным правом. Так явился на свет основополагающий постулат западной мысли: «правильное и неправильное — понятия не произвольные, а коренящиеся в природе, и, соответственно, обязательные для всего человечества; этические проблемы надлежит решать, опираясь на естественное право, которое разумно и превосходит действующее право отдельных обществ. Существенной составляющей естественного права является равенство людей, особенно равенство перед законом, и принцип прав человека, включая права собственности, появившиеся преж-

де государства и, следовательно, от него не зависящие. Попты тысячи лет спустя этим представлениям суждено было образовать философскую основу западной демократии<sup>7</sup>.

Интересен тот факт, что и отцы церкви длительное время испытывали трудности в формировании своего отношения к собственности. С одной стороны, в Писании полно указаний на то, что богатство осуждается. С другой, есть и обратные утверждения. Ранняя христианская церковь принимала частную собственность как данность, и все силы направляла на уговоры верующих по возможности больше заниматься благотворительностью. Имущество считалось злом лишь в случае, если использовалось в корыстных целях. Так, например, Августин в собственности видел ответственность, а не разрешение на свободу действий. В его глазах собственность была «доверенностью» на часть общего блага, выдаваемая отдельным людям.

В доказательство терпимости к собственности богословы приводили места из Ветхого завета, где говорилось о том, что на собственности лежит печать божественного благословения. Восьмая заповедь «не укради» подразумевает неприкосновенность собственности. Десятая заповедь не велит желать чего-либо, принадлежащего «ближнему твоему». В Бытие 13 есть рассказ об Аврааме и Лоте, которые разделили владения, чтобы положить конец распрям между пастухами, и тем самым определили долю каждого в первоначально общей земельной собственности. Ряд примеров можно было бы продолжить.

Иудаизм также считал богатство знаком благословения: раввины запрещали верующим отказываться от имущества или чересчур увлекаться раздачей милостыни, чтобы самим не превратиться в нахлебников общины.

Сводом католических взглядов на собственность стала «Summa Theologica» Фомы Аквинского, где говорилось, что для духовного совершенствования человеку необходима надежная опора, обеспечить которую способна только собственность. Выпущенная в 1323 году булла папы Иоанна XXII объявила ересью утверждения о том, что у Христа и апостолов не было никакого имущества. А еще шестью годами позже папа писал, что собственность человека на принадлежащее ему имущество не отличается от собственности на мир, которую Бог вручил человеку, созданному им по своему образу. Следовательно, это естественное право, и оно древнее человеческих законов<sup>8</sup>.

К концу средних веков с признания собственности достойной сожаления, но неизбежной действительностью католическая церковь переключилась таки на ее защиту. Церковные теоретики сформулировали доктрину, суть которой заключалась в том, что государственная власть, а также папская, сколь бы великой она ни была и как далеко бы ни распространялась, на собственность подданных все же не распространяется. Собственность неприкосновена и подлежит защите от посягательств как святейшего престола, так и королевского двора.

Таким образом, с течением времени в процессе развития человечества как светская наука, так и теология официально признали за собственностью естественное происхождение. Однако, как и все в природе развивающееся циклично и по принципу отрицания-отрицания, эта идея периодически находила то своих оппонентов, то защитников. Томас Мор и Кампанелла явили миру утопии, в которых отрицали необходимость частной собственности. Следом за ними Новый свет (Леонардо Бруни, Леон Батист Альберти, Спиноза) объявил собственность не только не злом, но и безусловным благом, более того, необходимым условием личной свободы и достоинства: «Есть, пожалуй, своего рода рабство в необходимости умолять других людей о помощи в удовлетворении наших нужд. Вот почему мы не презираем богатства, а учимся управлять собой и обуздывать свои желания в нашей свободной и счастливой жизни в условиях благополучия и изобилия»<sup>9</sup>.

В XVII веке Томас Гоббс снова кардинально отрицал естественный порядок права собственности, считая, что она появилась не до, а после государства и по его воле, а значит, может быть им же и отменена. Борьба за блага есть «война всех против всех», и эту войну собратьев между собой способно прекратить только государство<sup>10</sup>.

Далее, подобно Бодэну, Гроцио и Харрингтону в отличие от Гоббса и Филмера, Джон Локк, основываясь на естественном происхождении права собственности, заявляет о праве народа восставать против монарха, который не может обеспечить гражданам сохранность их собственности. Причем собственность Локк понимает расширительно: обладание имуществом, жизнью, свободами. К словам Декарта «мыслю – следовательно, существую», Локк по сути дела добавил «существую, следовательно, имею собственность»: я обладаю собственностью на самого себя, то есть на все, что создаю. Более того, представление того, что простейший вид нашей собственности – это мы сами, то есть наша личность, наше тело, означает, что собственность по необходимости предполагает свободу. Ибо сказать, что мы «принадлежим себе», то есть являемся своей «собственностью», равносильно утверждению, что мы вольны располагать собой, в чем и состоит смысл свободы<sup>11</sup>.

Однако в XVIII столетии на собственность начинают нападать, причем всерьез. Если англичане ищут ее оправдание из практических соображений, то французам она не нравится из-за неприятия окружающего мира, сильно отличающегося от мира идеального. Но в этом недовольстве выразилось не столько народное осуждение собственности, сколько неудовлетворенность из-за того, что ее мало и сильно желание иметь ее в больших количествах. Философский социализм был движением, направляемым «теми людьми, которые», по словам Троллопа, «пусть и мало что успели создать, зато многое сумели подвергнуть сомнению». Их философской базой было материалистическое учение о человеке, согласно которому у него нет собственных внутрен-

них идей, они возникают в результате чувственного отражения внешнего мира. Это значит, что поведение человека можно изменить с помощью внешней среды, тогда и само общество станет идеальным. Значит, надо создать идеальную модель общества, которая сделала бы невозможным порочное поведение человека. Одну из таких попыток осуществил Жан-Жак Руссо. С одной стороны, он пламенно осудил собственность как порождение всех несчастий, а с другой, противореча самому себе, назвал право собственности «самым священным из всех прав граждан и в некоторых отношениях более важным, чем свобода... Это подлинная основа гражданского общества», — писал он<sup>12</sup>. Теперь, в отличие от Гоббса, считалось справедливым, когда право собственности устанавливает не государство, а общество.

Его идеи излагались весьма эмоционально и высокопарно («Общественный договор» 1762 года) и, несмотря на свою противоречивость и очевидное игнорирование действительности, были горячо восприняты такими же интеллектуалами, как он, которые не хотели терпеть мир каков он есть и стремились его переделать. Говорят, что Робеспьер перечитывал «Общественный договор» Руссо ежедневно.

Но были и французы, мыслящие практически. Их называли физиократами. Они считали право собственности неотъемлемой частью естественного права. Мерсье де ля Ривьер, повторяя за Локком, заявлял: «Именно от природы каждому человеку дана исключительная собственность на саму его личность и на все вещи, приобретенные его стараниями и трудами... Собственность можно рассматривать как ствол дерева, из которого ветвями растут все общественные институты»<sup>13</sup>.

Французские революционеры восприняли учение физиократов и держались за собственность как за священный институт. В 1789 году Генеральные Штаты составили проект своих требований, определив в нем свободу и собственность как священные права, которые государство обязано соблюдать. В августе того же года Национальное собрание приняло Декларацию прав человека и гражданина, которая провозглашала собственность одним из «естественных и неотъемлемых прав человека»<sup>14</sup>. Статья 2 Конституции, принятой Конвентом в 1793 году, устанавливала, что «равенство, свобода, безопасность и собственность» принадлежат к числу основных и неотъемлемых прав человека. Тем же духом был проникнут Кодекс Наполеона в 1804 году.

Однако, признав право собственности, революционеры в своей реальной практике грубо игнорировали его. Они секвестрировали без компенсации имущество церкви и эмигрантов. Поставили под государственный контроль передачу имущества по наследству. В 1791 году Мирабо, выступая в Национальном собрании, заявил, что право собственности есть творение общества, и поэтому общество не только защищает это право посредством законов, но и может определять способы его использования. Это уже был возврат к доктринам Гоббса и Филмера. Якобинцы и вслед за ними еще более радикальные

коммунисты повели активное наступление на частную собственность. Эти идеи стали задавать тон общественному развитию с середины XIX века и до конца XX.

Почему они оказались так сильны, если идея естественного происхождения права собственности уже никем не оспаривалась? Это произошло потому, что новые теории умудрились отрицать идею частной собственности, не отрицая при этом идею собственности как естественного права. Если собственность важна для развития свободы человека, то она не должна быть исключительным достоянием и привилегией немногих. Тогда все должны обладать ею. Эта теория получила название коммунизма.

Распространению этих идей способствовало постепенное развитие демократии. Когда избирательное право превратилось во всеобщее, правительства оказались в зависимости от массы избирателей, которые, обладая незначительным имуществом или вообще ничем не обладая, требовали от государства обеспечить более справедливое, равномерное распределение национальных ресурсов. Со временем правительства для этой цели стали вводить налог на наследство, прогрессивную шкалу налогообложения и финансировать из собранных таким образом средств социальные программы поддержки малоимущих. Таким образом, государство, по сути дела, взяло на себя тяжкую обязанность отнимать капиталы у тех, кто зарабатывает много, и отдавать тем, кто зарабатывает мало. При этом все распределительные функции осуществлялись государственными чиновниками. Чем больше функций по социальному обеспечению брало на себя государство, тем больше средств для этих целей ему необходимо было собрать, а чем большие капиталы проходили через руки чиновников, тем все более доходными становились их рабочие места. Государственным мужам становилось выгодно собирать и раздавать, потому что контроль над их деятельностью со стороны рядовых граждан практически всегда отсутствовал. Таким образом, была создана реальная возможность по поручению народа, от имени народа и во имя народа осуществлять фактическое управление собственностью и прибылью, получаемой от нее. А в тоталитарных государствах для удобства этих действий государство и вовсе отменило частную собственность, национализировав все национальные богатства. Так постепенно идея равенства возможностей переросла на практике в идею равенства вознаграждений (во Франции — Франсуа Ноэль Бабеф, в Англии — Уильям Годвин).

Сен-Симон, Роберт Оуэн, Луи Блан развивали те же идеи в первой половине XIX века. Это были возражения против собственности в основном морального порядка. Экономическое обоснование антисобственническим теориям пытались дать К. Маркс и Ф. Энгельс. Они считали частную собственность порождением капиталистического способа производства и главная идея их Манифеста (1848) сводилась к ее уничтожению. Существовали и другие теории — либеральные, которые не были столь категоричны и лишь стремились ограничить частную

собственность, увязав ее с понятием справедливость. Если человек служит обществу, то он имеет право на собственность. А судьей в этих вопросах предполагалось государство. Таким образом, на пороге XX века коммунисты, анархисты, националисты и даже либералы стали смотреть на обладание собственностью как на общественную функцию.

Коммунисты провозгласили потрясающую общественную установку: «от каждого по способности, каждому по потребности». Таким образом, нарушилось естественное распределение богатства в зависимости от талантов и затраченного труда. И даже более того, менее способные люди могли фактически иметь потребности большие, чем люди талантливые и трудолюбивые. И эти их потребности, согласно доктрине, подлежали удовлетворению без каких-либо оснований на то. Еще более нелепо эта установка выглядела в формулировке Джона Ролза в его утопическом трактате «Теория справедливости». Он попытался распространить принцип равенства не только на материальные блага, но и на умственные данные и врожденные способности людей. Таланты, по Ролзу, должны рассматриваться как «общее достояние» и их обладатели могут получать от них выгоду «только на условиях, улучшающих положение тех, кто оказался обездоленным». При необходимости эффективностью стоит жертвовать ради достижения совершенного равенства<sup>15</sup>.

Подобные идеи менее всего опирались на историю и экономику, зато психологически они намертво были пристегнуты к идеалу справедливости и потому снискали широкую популярность. Однако экономические историки (Альфред Маршалл) продолжали вести оправдание частной собственности с помощью самой истории человечества. Они убедительно демонстрировали, что права собственности держатся не на каком-то абстрактном принципе, а на исторических фактах, которые всегда демонстрировали тесную прямую взаимосвязь между развитием собственности и общим процветанием, прогрессом. После второй мировой войны две экономические системы (капитализм и социализм) сошлись в любом столкновении. И экономика с ее объективными законами в конце XX столетия убедительно продемонстрировала нежизнеспособность коммунистической системы, основанной на субъективных этических принципах.

В подтверждение этой победы появилась и новая теория — теория «экономики прав собственности» (Дуглас Норт, Р. П. Томас), согласно которой эффективная организация предполагает внедрение институциональных основ и прав собственности, побуждающих прилагать личные хозяйствственные усилия к тем видам деятельности, которые сближают норму личной выгоды с нормой общественной выгоды<sup>16</sup>.

Завершая историко-философское исследование о развитии идеи собственности, Ричард Пайпс с убежденностью делает вывод о том, что сегодня повсюду, исключая, может быть, лишь Кубу и Северную Корею, угасает идеал общественной собственности, а

приватизация развернулась по всему миру и, начиная с 1980 года, неизменно набирает темпы. Так Аристотель взял верх над Платоном<sup>17</sup>.

Судьей в философском споре о собственности всегда была реальная история развития института собственности у разных народов и в разные времена. Человеческая практика — единственный неоспоримый аргумент, критерий истинности любой теории. Поэтому следовало бы проследить историческое развитие собственности в подтверждение победы Аристотеля. Не имея возможности остановиться на этом подробно в рамках данной работы, все же стоит обозначить некоторые исторические факты, существенным образом подтверждающие сформулированные выше выводы.

Прежде всего, представляется важным отметить, что антропологи утверждают: никогда не существовало общества настолько неразвитого, чтобы не знать никакой формы собственности<sup>18</sup>. Собственность — обязательная черта человеческой культуры, и «первобытный коммунизм» является таким же мифом, как утверждение о том, что собственнические наклонности прививаются обществом.

Человек как биологическое существо уже имеет инстинкты собственности. Этот вывод вытекает из научных наблюдений за жизнью других биологических существ — животных, которые с точки зрения биоприроды относятся к тому же типу существ, что и человек. Животное не занимается производственной деятельностью по изготовлению пищи, оно ищет ее в природе. Для этого оно должно иметь доступ на территорию, где есть эта пища. Таким образом, потребность в определенной пище, условиях жизни и размножения порождает привязанность животных к конкретной территории. Они даже передвигаются в пространстве не хаотично, а по определенным тропам и по строгому расписанию.

Естественно, что животные борются между собой за свое жизненное пространство, за право его использования. Ученые фиксируют интересный факт: «У большинства, хотя и не у всех привязанных к территории видов... самки не откликаются на любовные призывы самцов, не имеющих своих владений. В общей модели поведения территориально привязанных видов соперничество между самцами отражает борьбу не за обладание самкой, как мы считали прежде, а за обладание собственностью»<sup>19</sup>. Однако опыт показывает, что с научной беспристрастностью человек может изучать все что угодно, но только не себя. Видимо, поэтому столь очевидное сходство с животным миром игнорируется рядом исследователей, которые отрицают естественное происхождение собственности. Очевидно, что игнорируется и другой весьма существенный научный факт: специалисты, изучающие детскую психологию, утверждают, что маленькие дети являются отчаянными собственниками и, подрастая, начинают делиться своим имуществом только потому, что их этому учат.

Столь убедительные доказательства естественного происхождения собственности трудно опровергнуть, поэтому чаще всего они просто игнорируют-

ся. Но тогда происходят весьма забавные корректирования идеологических тезисов народной мудростью. Так, советские психологи-идеологи буквально умилялись по поводу непорочности и чистоты детской души. «Дети – цветы жизни» – таков был распространенный лозунг того времени. Но народная наблюдательность с откровенностью, которая звучала даже цинично, добавляли: «Дети – цветы жизни на могиле родителей». И это означало, что родителям приходится прикладывать невероятные усилия, буквально тратить всю свою жизнь на то, чтобы привыкнуть своих чад к общественно приемлемому поведению, и в первую очередь в отношениях с собственностью.

Преимущество частной собственности перед общественной, данное человеку в ощущениях от природы, подтверждала и историческая практика буквально с ранних попыток осуществления общественного владения. Показательна в этом смысле история возведения Виргинской компанией Джеймстауна, первого постоянного поселения британцев в Северной Америке. Сначала компания приняла решение, что каждый член общиной будет обрабатывать землю и делать посильный вклад в запасы на общем складе, а потом получать из него все, что ему нужно. Но в результате очень скоро общий склад оказался пуст, и поселению грозила голодная смерть. Тогда компания изменила способ хозяйствования и наделила каждого члена общиной участком земли в три акра, чтобы люди могли сами кормить себя и свою семью. В результате производительность труда выросла в 10 раз, и трое стали производить кукурузы больше, чем до этого производили 30 человек. Таким образом, переключение доходов и издержек на собственника создает побудительные мотивы для более эффективного использования ресурсов<sup>20</sup>.

Из данного примера можно сделать следующий вывод: частная собственность онтологична, в то время как общественная собственность неонтологична. Разумеется, это не означает, что общественная собственность не имеет права на существование как менее эффективная. Видимо, о ней можно говорить в тех случаях, когда речь идет не о выживании как таковом, и тех случаях, где эффективность не является ведущим критерием.

Иногда осуществляются попытки отнести к общественной форме собственности земли, отводимые роду для обработки, что практиковалось на заре появления собственности на землю. Однако здесь не было никакого коммунизма, поскольку круг владельцев участка строго ограничивался кругом близкого родства. И нет никаких свидетельств об общем владении землей неограниченным кругом лиц.

Однако родовые общинные родственные личностные связи все больше начинают дополняться территориальными. Совместная форма проживания на одной территории ряда семей вынуждает решать проблемы их взаимодействия. Возникает государство и юридическое (договорное) право. Государство в обмен на налоговые поступления предоставляет населению такие услуги, как защита и правосудие. Но и

здесь речь не идет о различных формах собственности. Она остается в частном владении. Но вот собственники существенно отличаются. В восточных странах абсолютно все земли и их обитатели принадлежали монарху. Это было гигантское королевское поместье (классическое описание вотчинного владения дал Макс Вебер). Чиновники, жрецы, крепостные – все были царскими подданными. Отсутствие гражданских, политических и земельных прав является отличительной чертой восточных despotий. К этим государствам Вебер относил империю инков и государство иезуитов, существовавшее в XVII веке в Парагвае. Сюда, считает Ричард Пайпс, можно отнести и Московскую Русь<sup>21</sup>.

И совсем иначе дело обстояло в древних Греции и Риме. Именно в Греции впервые в истории обнаруживаются самостоятельные крестьяне-землевладельцы, предтечи английских йоменов. Только эти люди, наделенные собственностью, получают некие права и обязанности, которые дают им право называться гражданами. Право на участие в принятии решений относительно устройства общественного бытия – политическое право и право защищать свой полис в случае необходимости составляют суть гражданских прав. По сути дела, в Афинах возникло первое в истории человечества демократическое государство, в котором не все население, но все граждане могли и реально принимали участие в принятии решений об устройстве общественной жизни.

«Это ни в коей мере не случайное совпадение, – пишет Р. Пайпс, – как гражданство, так и собственность на землю исключали вмешательство со стороны и крепили узы взаимозависимости граждан-землевладельцев... Обрабатываемая земля – главный источник богатства страны – товаром не признавалась... потому что обладание ею увязывалось с личной свободой и правами гражданства: грек (как и римлянин), лишившийся своей земли, превращался в пролетарию (утрачивал гражданские права. – Г.Ч.). Со временем Соломона эти независимые крестьяне (*eleutheroi*) всегда считались свободными людьми, избавленными от обязанностей платить подати или прислуживать аристократам. Они работали на себя. И эта экономическая независимость стала признаком свободы. Именно из них составлялись фаланги, колонны тяжело вооруженных пехотинцев, шагавших в бой, чтобы защитить свои города и поля»<sup>22</sup>. Показательно, что в одном из первоначальных смыслов греческое слово «идиот» означало человека, замкнувшегося в частной жизни и не принимающего участия в общественных делах. Так выражительно отражалось в языке почтительное отношение греков к гражданским правам. Собственно здесь и зародились основы гражданского общества, которыми стали частная собственность и личностная свобода гражданина, сочетающаяся с его общественной активностью, направленной на защиту своей собственности и свободы, с одной стороны, и общественной (государственной) целостности с другой. Здесь впервые проявилось диалектическое единство частного и целого: гражданина и общества.

Единство свободы и собственности подтверждается еще и тем фактом, что в Восточных государствах, где не было частной собственности, нет в языке и слова, которое соответствовало бы европейскому понятию «свобода». Японцы в XIX веке впервые попытались перевести понятие «свобода» на свой язык. Долго искали соответствующие по смыслу аналоги и в конце концов остановились на слове «јиу», что означает «распущенность». С такой же трудностью сталкивались китайские и корейские авторы<sup>23</sup>.

Если Греция стала первым демократическим государством, то Рим – первым государством, в котором в полной мере получили развитие юридические нормы и процедуры, регулирующие жизнь граждан и государства. Появились профессиональные юристы. Собственность и свобода стали личными правами граждан Рима, официально признаваемыми государством.

После падения Рима римское право утратило свою силу, но постепенно возродилось вновь в Европе в XI веке. До этого в феодальной Европе собственностью обладал только сюзерен, а все остальные – его вассалы – клялись ему в верности, получая взамен его обещание защищать их. То была взаимность неравных обязательств. Не было собственности – не было и свободы.

Несколько иначе обстояли дела с собственностью в средневековых городах, где занимались ремеслом и торговлей. Эти виды деятельности сами по себе предполагают четкое обозначение собственника товара и собственника-производителя. Однако город-крепости вели довольно вялую хозяйственную деятельность, кое-как защищали своих обитателей и не давали им ни общественного положения, ни прав. Таким образом, очевидна взаимосвязь: слабое развитие собственности – отсутствие гражданских прав и свобод.

Расцвет городов начался в X веке, а в XI веке они стали центром торговли (Венеция, Генуя, Магдебург, города юной Италии и Ломбардии). Горожане стали собственниками, состоятельными людьми. Естественно, они нуждались в самостоятельном городском управлении, отличном от общего феодального договора, и в своих судах. Они нуждались в гарантиях собственности и личных правах. Свои свободы города завоевывали иногда мятежами, иногда соглашениями с местными правителями. Постепенно феодальный контракт был заменен хартиями, которые по своему содержанию очень напоминали права древнегреческого полиса. «Если феодальный контракт послужил основой современного конституционного строя, то о хартиях, добытых средневековыми городами у властителей земель, где они находились, можно сказать, что они заложили основу современных гражданских прав», – делает вывод Р. Пайпс в своем исследовании истории развития института собственности<sup>24</sup>. Самых больших успехов добились города в странах, где не было монархий: Италия, Нидерланды, Германия. В Англии, Франции, Испании их успехи были скромнее.

В этих городах впервые в истории было провозглашен равный статус для всех мужчин-членов общин и всем им дано право участия в общих собраниях. Жители таких городов были свободными независимо от их социального происхождения, должностные лица избирались на ограниченные сроки. Горожане постепенно образовали «третье сословие» наряду с духовенством и дворянством. И поскольку они были людьми небедными, их все чаще монархи стали приглашать на собрания парламентов для одобрения налогов. Сформировался довольно внушительный список политических, личных, экономических и правовых свобод. Средневековые города, наполненные духом свободы, выглядели особенно перспективно и привлекательно в общей удушиловой атмосфере феодального рабства. Они фактически стали прообразом гражданства в современном понимании этого слова.

Мы вновь наблюдаем прямо пропорциональную взаимосвязь уровня развития собственности с уровнем роста личных прав и свобод. Причем в данном случае очевидно, что более демократические общества в большей мере способствуют развитию гражданских прав, включая право собственности.

Однако последующие XVI и XVII века были вновь эрой абсолютизма, где не осталось и следов от городского самоуправления. Но идеалы городов уже успели заложить определенные политические традиции. Королевские династии повсюду стремились вновь обрести потерянную собственность, чтобы упрочить свое положение. Но полностью игнорировать право частной собственности они уже не могли. Карл I, например, который упрямо творил в Англии произвол со сбором налогов, лишился и трона, и головы.

К XVIII веку стало общепринятым утверждение о том, что собственность есть главное основание гражданства. Избирательные права получали только те, кто владел имуществом. Считалось, что те, у кого нет собственности, приносящей доход, лишены самостоятельности и могут стать орудием в чужих руках. И только Наполеон III конституцией 1852 года предоставил избирательные права всем гражданам мужского пола. Так в борьбе с абсолютизмом собственность прокладывала дорогу демократии. Она становилась основой для развития личностных, гражданских, а затем и политических прав. Чувство экономической самостоятельности и рождающее им чувство личного достоинства порождало идею свободы.

Таким образом, сказать о человеке, что он свободный – это не только отличить его от несвободного, то есть раба, но и отличить его как личность, способную реализовать свои задатки и получить при этом осозаемый результат в виде собственности. Очевидно, что чем больше задатки, чем более универсальна личность, тем более существенным может быть и ее созидательный результат. *История развития философских идей и историческая практика развития частной собственности убедительно демонстрирует нам органическую связь духовного и материального начала личности, устанавливая прямо пропорциональную за-*

*висимость между ростом духовности и материального благополучия личности.*

Природа этого единства такова, что оно объединяет в себе некие противоположности: высокодуховный полет свободной личности и прагматическую приземленность земного существования человека. Не отсюда ли проистекает вечная борьба нравственного и прагматического подхода в оценке значения института собственности? Не это ли заложенное в основе человеческой личности противоречие порождает постоянную смену направлений исторического развития? Ведь на описанных примерах мы проследили, как растущая демократия принуждала правительства своих стран к разрушению частной собственности с целью более равномерного ее перераспределения, с одной стороны. Но с другой стороны, именно демократические свободы создавали условия для духовного развития личности, что рано или поздно выражалось в появлении новой собственности. Кроме того, наличие законов, охраняющих право собственности, способствовало ограничению произвола со стороны монарха. Можно сказать, что единонаучение и демократия выступали как взаимограницивающие начала: демократические элементы правления ограничивали беспредельную власть господина, а единонаучение вносило необходимую организованность и оперативность в процессы управления, выступало гарантом реализации достигнутых соглашений. Вольтер, например, писал об англичанах, утвердивших такой тип правления, как об «единственном народе в мире, сумевшем противостоять королям и установить пределы их власти, и добившемся в ряде битв создания мудрой системы правления, при которой Государь полновластен делать добро, но в то же время ограничен в возможностях творить зло»<sup>25</sup>.

И совсем иная история развития института собственности и связанного с ним демократического института сложилась в России. На Руси, по выражению Петра I, «даром землями никто не владел»<sup>26</sup>. Бескрайние российские просторы и лесные массивы изначально создавали у русичей представление о том, что земля ничья, а все природное богатство — Богом данное в общее владение, но вот заготовленная дре-весина принадлежит тому, кто рубил.

Основатели российского государства — первые викинги были военно-торговой кастой. Обработкой земли не занимались и в собственность ее себе не брали, в отличие, например, от английских норманнов, которые присваивали себе право на все земли. Русские правители вообще не сформировали представления о различии их личных дел и публичных и правили своим государством как своей полной собственностью. Власть на Руси воспринималась как наместник Бога на земле, и потому подчинение ей, служба ей были настолько естественными, что не вызывали сомнений. Обязательная рента и служба князьям и царям избавляла последних от необходимости устанавливать налоги, а значит, и собираять парламенты. От власти требовались не столько законы, сколько реальная защита подданных, отеческая забота об их судьбе.

В «Русской правде» — самом раннем своде законов, составленном в XI веке, — нет ни одного слова о недвижимом имуществе<sup>27</sup>. Нет сведений о сделках с землей на северо-востоке России до первой половины XIV века, и очень немного таких сведений во второй половине этого века<sup>28</sup>. Правда, на севере Руси, не подвергвшемся набегам кочевников, как писал В. О. Ключевский, появился «князь-вотчинник, наследственный, оседлый землевладелец, сменивший своего южного предка, князя-родича, подвижного очередного соправителя Русской земли», и ставший «коренным и самым деятельным элементом в составе власти московского государя»<sup>29</sup>.

Но и князья-вотчинники, и правители времен татаро-монгольского ига, и последующие цари вплоть до Ивана III (1462—1505) распоряжались своими царствами как частными земельными владениями. «Государь был обладателем всей России и частная собственность вытекала из государственной», — писал историк далекого прошлого Александр Лакиер<sup>30</sup>.

Если до монгольского ига во всех русских городах еще были народные вече (причем самые сильные из них изгоняли князей, проигравших битву или чем-либо им не угодивших), то позже о каких-либо элементах демократии не было и речи, поскольку не было и самого института собственности, ее порождающего. Кроме того, сбор русскими князьями дани со своего населения по поручению монгольского хана способствовал отчуждению народа от своих правителей. Их фискальная роль воспринималась негативно.

Еще менее можно говорить о каких-либо правах после полной национализации земли, произведенной Иваном III в конце XV века. На два века частной собственности в России не стало.

Иной была только история развития Новгорода, уцелевшего от нашествия монголов. Там сохранилось общегородское вече и вече в каждом из пяти поселений города. Все свободные жители Новгорода и пригородов принимали участие в этих собраниях, где решения принимались с голоса, криками. Так же было и в Пскове. Северные города были мало пригодны для успешного земледелия и потому занимались торговлей с немцами. Владения Новгорода росли и представляли собой уже государство в государстве. Бояре превратились в независимых землевладельцев и купцов. К середине XII века выборными в Новгороде были все политические и церковные должности, избирался также, кроме князя, глава исполнительной власти — посадник. Избранный князь публично клялся в верности городскому Уставу, который четко очерчивал пределы его власти. Князь заключал договор (грамоту) на правление, согласно которому ему полагалось уважать обычай страны, не принимать какие бы то ни было решения без посадника, не отнимать землю у кого бы то ни было без вины. Князьям запрещалось покупать или приобретать иначе землю, напрямую вести дела с немецкими торговцами (только через новгородских посредников).

Все это не давало возможности князьям сосредоточить в своих руках богатства, и это было гаран-

тией того, что они будут в своих политических действиях целиком зависеть от вече. Землю, чтобы они могли жить и получать ренту, им давали на время правления, еще они имели право получать средства от осуществления ими правосудия. Жители Новгорода имели к своим услугам независимый суд, который выносил решения без оглядки на социальный статус обвиняемых. Новгородская судная грамота наставляла архиепископский суд «судить... всех равно как боярина, так и житьего, так и молодшего человека»<sup>31</sup>.

Практически князья несли службу по усмотрению вече, которое могло легко снять их с должности: между 1095 и 1304 годами в Новгороде было 58 князей со средним сроком правления 3,6 года. Некоторые историки считают, что после 1300 года в Новгороде вообще не было никаких князей и он превратился в единственную демократическую республику в русской истории вплоть до 1990-х годов<sup>32</sup>.

Но все новгородские вольности закончились с завоеванием Новгорода Иваном III. Он изъял также все вотчинные владения, отнял земли у церкви, закрыл торговый двор и тем самым лишил всех экономической независимости, чтобы иметь возможность осуществлять свое политическое руководство. Землю он отдал не в вотчинную собственность, а в поместную, что означало лишь право ее держания, но не собственности. Такими поместьями награждали за службу князю и изымали их, если служба прекращалась. Служащих стали называть дворянами.

Еще решительнее действовал Иван IV, который завершил уничтожение независимой знати (бояр) в средних районах страны. Таких широкомасштабных конфискаций не знала Западная Европа ни в какие времена. Так обращались разве что только с евреями, на которых смотрели как на чужестранцев. Все это напоминало древние монархии Ближнего Востока, вроде Ассирии.

Аристократы практически не имели никаких прав, отличающих их от простолюдинов. Они имели лишь обязанность служить царю за то, что имели землю. Их богатство, любой его предмет и сама их жизнь настолько принадлежали государю, что могли быть истребованы им в любой момент. И это происходило тем чаще, чем богаче они становились. Неслучайно русские аристократы называли себя «рабами», обращаясь к царю.

Города и горожане в России ничем не отличались в своих правах от сельской местности. Городское население к середине XVIII века составляло всего 3,2 % российского населения. В то время как в Англии к этому времени половина граждан жили в городах.

В деревне существовало общинное хозяйство, которое сообща платило подати царю и служило ему. Земли в общине постоянно переделяли в зависимости от числа работников, поэтому до середины XIX века у крестьян в России частной собственности не было. Не было по сути дела и каких бы то ни было прав. Крепостное право, узаконенное Уложением 1649 года, делало крестьян едва ли не полной соб-

ственностью дворян, в свою очередь находившихся в собственности царя.

Правление Петра I лишь усугубило все процессы, связанные с формированием института собственности и каких-либо прав. Впервые права дворянской собственности на землю и некоторые гражданские права были дарованы в 1785 году Екатериной II в «Грамоте на права вольности и преимущества благородного российского дворянства». В Англии, например, это произошло на 600 лет раньше! Права собственности, дарованные довольно узкому кругу лиц, в целом формировали негативное отношение простых людей к институту собственности.

Екатерина ввела также частную собственность на городскую недвижимость «Грамотой о правах и выгодах городов Российской империи». Она объединила всех горожан в единую корпорацию и подчинила ее административным и судебным властям. Должность градоправителя стала выборной.

*Соображения политической благонадежности и управляемости всегда превосходили в России соображения экономической эффективности.* Поэтому крестьянам не предоставляли права собственности и элементарных свобод еще дольше. Крепостное право было отменено лишь в 1861 году. При этом земля фактически была передана не в частную собственность, а в общинную.

Что же касается гражданских прав и свобод, то лишь в 1905 году под давлением всеобщей забастовки, организованной либералами, правительство, наконец, даровало стране Конституцию, парламент и гражданские права населению. Но это было лишь формальное отступление монархии. На деле она всячески саботировала конституционный строй, и парламент так и не стал сколько-нибудь влиятельной силой.

История России показывает, что частная собственность является необходимой, но недостаточной предпосылкой свободы. Свобода рождается не только законом. Она вырастает постепенно в тесном сотрудничестве с собственностью и правом, потому что, если склонность к присвоению заложена в природу человека, то уважение к чужой собственности и свободе надо еще взрастить и воспитать. Оно должно пустить глубокие корни в народном сознании, чтобы дать зрелые плоды в виде устойчивого общественного развития.

XIX век был самым неблагоприятным для частной собственности. Капитализм сосредоточил в руках небольшого числа лиц огромные богатства. Боязнь общественных выступлений принудила правительства принять меры социальной помощи: пособия по безработице, пенсии по возрасту и другие государственные выплаты. Эти льготы, по мнению ряда ученых, перекрывают потери от упадка частной собственности, который неизбежно последовал за новой социальной политикой, потому что сами льготные выплаты предстают как некая собственность. Конечно, это собственность, но только такая, которая лишена права распоряжаться ею, то есть собственность в духе феодального времени. Так незаметно, пытаясь достичь социального благополучия,

государство превращалось из защитника, страхователя на случай беды в реального содержателя своих подданных. Естественно, что при этом оно все глубже проникало в жизнь людей, фактически определяя уровень их материального благополучия и уровень их свободы.

В конце XVIII века Дэвид Юм предсказывал, чем обернутся попытки ввести «совершенное равенство»: «Сделайте когда-нибудь имущество равным, — писал он, — и люди, будучи различны по мастерству, прилежанию и трудолюбию, немедленно разрушат это равенство. А если вы воспрепятствуете этим добродетелям, вы доведете общество до величайшей бедности, и вместо того, чтобы предупредить нужду и нищету, сделаете ее неизбежной для всего общества в целом... и вместо того, чтобы воспрепятствовать нищете немногих, вы сделаете ее неизбежной для всего общества в целом»<sup>33</sup>.

Этот прогноз относительно материального благополучия общества можно дополнить другим прогнозом относительно духовной жизни общества. Фридрих Хайек указывал на то, что всякое расширение государственных полномочий создает угрозу свободе, потому что, во-первых, люди обычно достигают согласия в подходах к решению лишь очень немногих из их общих задач. Однако правительство, чтобы быть демократическим, должно действовать на основе согласия. Значит, правительство должно действовать лишь в тех сферах, где такое согласие достижимо. При попытке заняться другими проблемами, выходящими из круга общественного согласия, государство неизбежно будет прибегать к принуждению, в результате чего разрушается как свобода, так и демократия<sup>34</sup>.

Легко заметить, сколь правыми оказались философы. Социальное равенство, если оно вообще возможно, достигается лишь принудительным путем, то есть через ограничение свободы. Оно также с необходимостью требует нарушения прав собственности тех, кто обладает богатством выше среднего уровня. Отнимая собственность, приходится отказаться от взгляда на нее как на естественное право человека и заявлять, что она есть препятствие на пути к социальному равенству. Постепенное наступление на частную собственность под социалистическими лозунгами привело к ее полному уничтожению. Следом одно за другим стали утрачиваться и демократические завоевания, гражданские права и утверждаться тоталитарные режимы с беспрецедентными до тех пор в истории человечества массовыми репрессиями.

«Тоталитаризм, как и демократия, это идеал — отвратительный и пагубный, но все же идеал в том смысле, что он ставит цель настолько амбициозную, что она не может быть достигнута, — отмечает Ричард Пайпс. — Демократия требует государственного управления с участием народа и подчиненного закону; в действительности, однако, демократические режимы находятся под контролем элит, успешно отыскивающих способы гнуть и поворачивать законы себе на пользу. Тоталитаризм хочет быть прямой противоположностью демократии: он старается раз-

дробить общество и установить над ним полный контроль, не считаясь ни с какими его желаниями и не признавая превосходства какого бы то ни было закона над волей правительства. И все же на деле даже самый крайний тоталитарный режим, сталинский, не смог совсем уж не считаться с общественным мнением и не добился полного контроля над всеми сторонами жизни граждан»<sup>35</sup>.

Трудно не узнать в этих утверждениях современной нам российской действительности как социалистического, так и постсоциалистического периода. И советский тоталитаризм, и сегодняшняя демократия демонстрируют значительное смещение акцентов в социальной политике: *подлинная свобода и действительная собственность фактически нередко подменяются идеями социальной справедливости и равенства, идеей социального государства*.

В подтверждение этого вывода можно привести следующий пример. Американский президент Клинтон поручил своему вице-президенту Гору создать рабочую группу по подготовке материалов для реорганизации правительства в 1993 году. Гор исследовал, во что обходится частному сектору соблюдение всех предъявляемых к нему требований. Потери сектора составили 430 млрд. долларов, то есть 9 % от внутреннего продукта. При таких результатах становится очевидным, что собственность меняет свой природный статус и все больше приближается к статусу условного владения.

Государственная бюрократия в этом заинтересована не меньше, чем абсолютные монархи. Административные органы зачастую очень успешно объединяют в своем лице все виды власти. Они заседают в Думах и формулируют законы и правила, которые сами же исполняют (или не исполняют), сами себя и контролируют, имея неограниченное влияние на суды и прессу, формирующую общественное мнение. Их устраивает, что Декларация прав человека чуть не каждую потребность человека объявила его правом, которое удовлетворять придется государству, а кому же еще? Для этого надо собрать как можно больше денег, взять которые придется у одних граждан для других. При этом функция перераспределения закреплена за теми же государственными чиновниками и проводится практически без контроля со стороны граждан...

И все-таки, несмотря на издержки современной демократии, важно понять, что несколько исторических витков движения от абсолютизма к демократии и обратно в конце концов порождают *ограниченную монархию либо демократическую президентскую республику как некий синтез власти одного и многих одновременно*. И те же несколько исторических витков движения от признания права частной собственности до его отрицания и обратно приводят к окончательному признанию этого права за личностью, не исключая, однако, и возможность общественной собственности в тех сферах деятельности, где эффективность ее использования не является главным или, по крайней мере, единственным критерием. Правда, определение этих сфер всегда вызывало и вызывает у

человечества известные трудности. Так, в частности, к вопросу о форме собственности в информационной сфере деятельности нам еще предстоит вернуться.

Но это уже частности. В общем же очень точно, на наш взгляд, разрешил дилемму социального выбора Карл Поппер. «Мир, в котором все люди свободны и равны, был бы земным раем, — писал он. — Создать такой мир трудно; но, оказавшись перед выбором, мы должны поставить свободу выше равенства. Потому что отсутствие свободы неизбежно ведет к самому грубому выражению неравенства и несправедливости: к деспотизму. Неравенство же необязательно ведет к упразднению свободы»<sup>36</sup>.

Таким образом, главная опасность свободе сегодня производится не со стороны тирании, а с позиции равенства, понимаемого не как равенство возможностей и равенство перед законом, а как равенство вознаграждения во имя социальной безопасности. Ричард Пайпс справедливо замечает, что идеи равенства более популярны, чем идеи свободы, потому что утрату свободы ощущают лишь в момент утраты, а неравенство приходится переживать каждый день и на каждом шагу. Отсюда проистекает печальная тенденция: граждане демократических стран готовы безоговорочно отдать свои свободы в обмен на социальное равенство вместе с материальным благополучием, разумеется, не задумываясь о последствиях. Поэтому «крайне необходимо избавиться от берущего начала в Просветительстве и обязательного с точки зрения идеала эгалитаризма представления о людях как податливых существах, которых с помощью образования, промывки мозгов и подходящих законов можно поднять до уровня морального совершенства. Антропология и история одинаково указывают, что в человеческой природе постоянно присутствует твердое ядро, не поддающееся никаким внешним воздействиям»<sup>37</sup>.

Из проведенного выше исторического анализа видно, что продуктивные синтезы противоположных тенденций имели место в истории периодически. И, как мы пронаблюдали, всегда они сопровождались расцветом культуры, экономической стабильностью. Именно с такими периодами связано появление и активное функционирование понятий «гражданин» и «гражданское общество». Сегодня также исследования, проведенные под совместным попечительством «Heritage Foundation» и «Wall Street Journal» показали, что страны, наиболее прочно гарантирующие экономическую свободу, в том числе право собственности, все без исключения принадлежат к числу богатейших. Они же располагают наилучшими гражданскими службами и учреждениями. Это европейские страны, а также Япония, Южная Корея, Гонконг, Чили, Тайвань. И наоборот. Страны с самым низким уровнем свободы и собственности (Куба, Сомали и Северная Корея) занимают последние места в шкале экономического развития.

Интересно, что при этом в ряде процветающих стран действуют авторитарные режимы (Сингапур, Гонконг, Тайвань). Очевидно, что американцы необоснованно сводят свободу только к демократии.

История свидетельствует, что собственность может сосуществовать с произволом и гнетом власти, а вот демократия обойтись без собственности не может. В подтверждение этого вывода можно привести следующие факты. Начав с 1965 года войну с бедностью, федеральные власти, правительства штатов и органы местного самоуправления израсходовали на преодоление нищеты 5,4 триллиона долларов. За 5,4 триллиона долларов вы смогли бы скупить все 500 корпораций, проходящих по списку журнала «Форчун», и все сельскохозяйственные угодья Соединенных Штатов. Тем не менее, степень распространения бедности сегодня (1996) выше, чем она была в 1965 году. Доля населения, живущего за чертой бедности, поднялась с 12,5 до 15 процентов. Объяснение такого хода событий заключается в том, что благотворительность способствует развитию иждивенчества и плодит бедность.

Программа помощи семьям, имеющим на иждивении детей, также дала нежеланные результаты. Если в 1980 году вне брака рождалось 5,3 процента детей, то в 1990-м этот показатель вырос до 28 процентов. И теперь 92 процента получающих государственную помощь семьи — это семьи без отцов<sup>38</sup>.

Приведенные выше примеры еще раз возвращают нас к изначальному тезису: *в основе наиболее способного к развитию типа общества — гражданского общества лежит активная универсальная личность, способная к созиданию и не нуждающаяся в унизительной уравниловке*.

Однако, выявив некоторые сущностные черты понятий «гражданин» и «гражданское общество», на уровне элементарного анализа общества еще рано давать им полные определения. Это нам представляется возможным лишь после проведения двух оставшихся видов анализа общества (структурного и функционального).

А пока проведенный нами элементарный анализ гражданского общества позволяет сделать следующий вывод. **Элементом целостной общественной системы — гражданского общества является активная универсальная личность, которая, вступая во взаимодействие с другими элементами, их группами и обществом в целом, сохраняет свою духовную свободу и реализует ее в реальные материальные ценности (частную собственность), которые составляют основу для ее же дальнейшего развития.**

Эта личность формирует устойчивые общественные отношения (типы и регулятивы которых нам еще предстоит проанализировать) на разных уровнях (межличностных, групповых, межсекторных и т. д.). Возникает определенная, онтологически обусловленная структура гражданского общества, анализ которой и представляет собой второй уровень целостного анализа общества — структурный анализ. Но уже сейчас можно отметить, что *духовная и материальная жизнь общества, как и отдельной личности, взаимообуславливают друг друга, прогрессивное развитие одного непременно влечет за собой аналогичное развитие другого*. Эта связь носит **онтологический характер**, то есть обеспечивает общественный гомеоста-

зис. Она также носит **органический характер**, то есть общественная жизнь в целом определяет особенности и уровень как духовной, так и материальной стороны жизни. Эта связь носит **диалектический характер**, то есть развитие (изменение) одной из сторон влечет за собой соответствующие изменения с другой стороны. Эти качества делают систему наиболее *устойчивой и способной к развитию*.

Очевидно, что элемент (человек) и система (общество) имеют одинаковую, биосоциальную, природу с одинаковыми внутриструктурными взаимосвязями своих составных частей. Исходя из этого, мы делаем, на наш взгляд, весьма важный вывод: качество целостной общественной системы определяется качествами элементов, ее составляющих (качеством личностей) и качеством взаимосвязей между этими элементами. Значит, **сущность понятия «гражданское общество» будет напрямую связано с понятиями «гражданин» и «гражданин тип отношений».**

Такая точка зрения не совпадает с весьма распространенной сегодня трактовкой гражданского общества как некой области самостоятельной активности людей, отдельной от государства. Историческое происхождение этого спора нам еще предстоит описать после целостного анализа общества как системы. Но уже на уровне элементарного анализа очевидны разные основания двух подходов к определению сути понятия. Именно эта разница делает необходимыми осуществлять попытки обоснования заявленной нами точки зрения, ибо в зависимости от выбранной в конце концов трактовки, что есть гражданское общество, и будут формулироваться цели и задачи журналистики в деле формирования этого общества.

### **Примечания**

1. М. Фасмер. Этимологический словарь русского языка. — М., 1971. — Т.3. — С.704.
2. Ричард Пайпс. Свобода и собственность. — М.: Московская школа политических исследований, 2000. — С.14.
3. Там же. — С.16.
4. Там же. — С.18-19.
5. Платон. Государство // Соч.: В 3-х т. — М., 1971, — Т.3. Ч.1. — С.364.
6. Аристотель. Политика // Сочинения. — М., 1984. — Т.4. — С.410.
7. Там же. — С.28.
8. Henry Lepage, Porquoi la propriété (Paris 1985). — С. 54-55.
9. Renee Neu Watkins. The Famali in Renaissance Florence, Columbia S. C., 1969, P.148.

10. Томас Гоббс. Левиафан // Соч.: В 2-х т. — М., 1991. — Т.2. — С.67.
11. Джон Локк. Два трактата об управлении // Соч.: В 3-х т. — М., 1988. — Т.3. — С.343.
12. Жан-Жак Руссо. О политической экономии в кн. Трактаты. — М., 1969. — С.167.
13. Charle Gide et Charle Rist. Histoire des doctrines économiques, 1. Paris, 1947. — Р.27.
14. Там же. — Р.216.
15. Джон Ролз. Теория справедливости. — Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1995.
16. Douglass North and RP Thomas. The Rise of the Western World. Cambridge, 1973. — Р.1.
17. Пайпс Ричард. Собственность и свобода. — С. 62.
18. Melville J. Herskovitz, Economic Anthropology. New York, 1952. P.327.
19. Robert Andrey The Territorial Imperative: A Personal Inquiry into the Animal Origins of Property and Nations. New York, 1966. — Р.3.
20. Demsetz in American Economic Review 57 No. 2, May 1967. — Р.354-356.
21. Р. Пайпс. Собственность и свобода. — С.134.
22. Там же. — С.135.
23. M. I. Finlley The Ancient Economy. Berkley and Los Angeles. 1973. — Р.28.
24. Р. Пайпс. Собственность и свобода.— С.147.
25. Полное собрание законов Российской империи с 1649 года. — 1-е изд. — Санкт-Петербург, 1830. — Т. IV. - № 1857, 20 июня 1701 г. — С.169-170.
26. Вольтер. Письма, касающиеся английской нации. // Цит. по Р. Пайпсу. Собственность и свобода. — С.163.
27. М. Ф. Владимирский-Буданов. Обзор истории русского права. — 4-е изд. — Санкт-Петербург-Киев, 1905. — С. 524.
28. В. Б. Кобрин. Власть и собственность в средневековой России (XV-XVI веков). — М., 1985. — С.32-33.
29. В. О. Ключевский. Курс русской истории. I. — М., 1937. — л-ция XVIII. — С.327-328.
30. А. Лакиер О вотчинах и поместьях. — Санк-Петербург, 1848. — С.132.
31. Памятники русского права II. — М., 1953. — С. 212.
32. А. В. Арциховский в исторических записках. — 1938. -№ 2. — С.114-116.
33. Дэвид Юм // Соч.: В 2-х т. — М., 1965. — Т.2. — С.236.
34. Цит. по Р. Пайпсу. Собственность и свобода. — С.295.
35. Р. Пайпс. Собственность и свобода. — С.273.
36. Frankfurter Allgemeine Zeitung. 24 декабря 1976 года.
37. Р. Пайпс. Собственность и свобода. — С. 368-370.
38. Michael Tanner. The End of Welfare. Washington, D.S., 1996. — Р. 69-70.

г. Тольятти.



## **Е. В. Ахмадулин**

# **Модели систем журналистики российской научной школы**

Целостное изучение такой сложной социальной системы, как журналистика невозможно без определенных методик формализации, типологизации и моделирования. Качественно различным социальным системам присущи аналогичные, особенно структурные и функциональные закономерности, законы организации. Методологической основой моделирования социальных систем является, прежде всего, учение о единстве и взаимосвязи предметов и явлений.

Моделирование превратилось в общенаучный инструмент познания. «По-видимому, не будет большой натяжкой утверждение, — отмечает К. Б. Батароев, — что никакая теория не может существовать без модели или группы моделей, независимо от того, являются ли они по своим конструктивным особенностям математическими, естественно-научными или социальными»<sup>1</sup>. Модели образуют как бы логический каркас теории. Они заключают в себе ту меру абстракции, которая отражает научное понимание системы журналистики, как и любой системы, ее функций и закономерностей в данное историческое время. И чем больше мы будем знать об элементах, структуре и функциях журналистики, тем точнее может быть построена модель, а значит, и более репрезентативной, более адекватной существующим в действительности процессам массовой коммуникации будет созданная на основе модели теория журналистики.

Все модели, так или иначе, носят информационный характер. Их можно разделить по форме на наглядные (макеты), абстрактные (математические и мнемонические) и графические, которые выполняются в виде схем, графиков, карт, чертежей и сочетаются в себе достоинства наглядных и точность абстрактных моделей. Именно последний вид информационных моделей широко применяется теоретиками журналистики.

Ранее мы уже познакомились с моделями массовой коммуникации западной исследовательской школы: Г. Лассуэлла, М. де Флера, Г. Малецке, У. Шрамма, Дж. и М. Райли и др.<sup>2</sup> Недостатком их считается отсутствие в процессе массовой коммуникации социальных факторов, включающих коммуникатора и реципиента в конкретную социальную среду.

Рассмотрим модели систем журналистики российских ученых. Знакомство с ними представляет большой интерес как для исследователей журналистики, так и для студентов факультетов журналисти-

ки в плане системного подхода к процессу изучения всей совокупности предметов специализации по специальности «Журналистика».

Российский опыт построения моделей системы журналистики начинался в советское время и складывался из критического заимствования западных методик моделирования с привнесением социально-политических (идеологических) элементов и факторов, характерных для советской системы журналистики того времени.

### **Социологическая модель МК А. Н. Алексеева**

А. Н. Алексеев в статье «Опыт построения социологической модели массовой коммуникации»<sup>3</sup> выдвигает следующие требования к модели социального процесса:

а) модель должна словесными (символическими, графическими и т. п.) средствами выражать специфику данного процесса, т. е. она не может «в готовом виде» быть применена к другому общественному явлению;

б) должна соотноситься с моделями других общественных явлений, «вписываться» в более общую систему;

в) должна служить не только описанию процесса, но и раскрытию его внутреннего «механизма», заключать в себе «правила», законы функционирования;

г) должна быть способна к осуществлению эвристических, поисковых функций, открывать возможности к дальнейшему развертыванию и объяснению новых фактов соответствующей сферы деятельности.

Кроме того, по мнению автора, модель должна быть еще и «социологичной», т. е. использовать термины и понятия именно социологической теории.

В качестве метапосылок для моделирования А. Н. Алексеев берет следующие:

а) всякий социальный процесс складывается из деятельности (обмена деятельностью) социальных субъектов или их групп;

б) в структуру деятельности входят: субъект (носи́тель деятельности), средства, используемые им, и объект;

в) объектами определенных типов деятельности могут выступать сами субъекты;

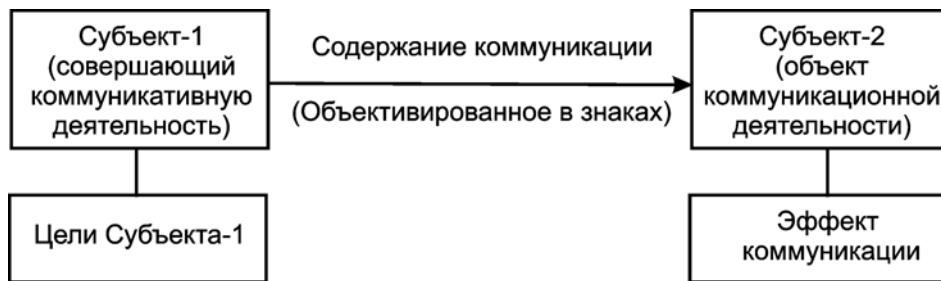


Рис.1

г) средствами деятельности субъекта служат продукты предшествующей (иной) деятельности того самого или других субъектов, или сама «живая деятельность»;

д) всякая деятельность разворачивается в определенной системе отношений между субъектами (в системе общественных отношений), в основе которой лежит материально-производственная деятельность, производственные отношения.

Таким образом, в процессе массовой коммуникации участвуют (рис.1):

- **субъект-1**, который совершает коммуникативную деятельность, используя соответствующие средства;

- **субъект-2**, который является объектом коммуникативной деятельности;

- **средства коммуникативной деятельности**, структура которых сложна и вариабельна в различных типах коммуникативных процессов, но к обязательным компонентам которой относятся языковые и иные знаки.

Коммуникативная деятельность опосредованна другими деятельностями:

- деятельность выработки сообщаемого содержания в форме, адекватной сознанию субъекта-1;

- деятельность «перевода» этого содержания в явную (для других) форму.

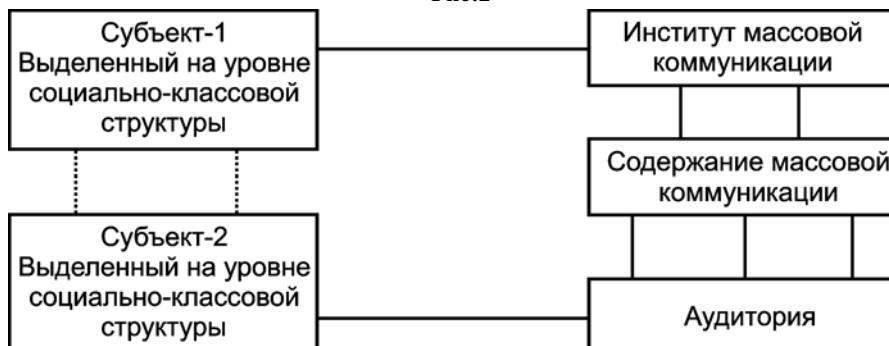
Продуктом коммуникативной деятельности

оказывается не знаковое сообщение, а изменения в сознании и поведении субъекта-2, происходящие в итоге коммуникации («эффект» коммуникации в субъект-2).

Эта схема применима для межличностного общения индивидов, т. к. субъекты не отделены пространством и временем, контакт происходит «лицом к лицу», путем обмена ролей субъектов.

В общей теории информации различаются аксиальные и ретиальные коммуникативные процессы. Первые имеют строго определенных единичных адресатов, вторые предполагают передачу информации, адресованной некому множеству вероятных (или возможных) приемников. Таким образом при массовой коммуникации **субъект-2** представляет собой неопределенное множество объектов коммуникации. При этом и **субъект-1** представляет некое более определенное групповое множество. Процесс коммуникации проходит «от множества к множеству», разделенных пространством и временем и без возможности смены ролей. Групповой **субъект-1** может коммуницировать как целостный (имея свою программу, цель) только в определенной форме, востребованной **субъектом-2**. Групповой **субъект-2** воспринимает содержание коммуникации не непосредственно, а с помощью особого «органа восприятия». Органами, орудиями деятельности групповых субъектов

Рис.2



(а по мнению автора модели, это социальный строй, класс, общество в целом) выступают социальные институты, учреждения, сформированные этими субъектами. «В системе опосредования коммуникационной деятельности субъектов этого ранга, — пишет А. Н. Алексеев, — необходимо надстраивать новый уровень опосредования», который он называет институциональным или «социально-активным опосредованием». Для коммуникации на уровне социально-классовой структуры необходимо, чтобы:

- **субъект-1** располагал своим институтом коммуникации;
- **субъект-2** был способен воспринимать сообщения, содержание коммуникации, т. е. имел бы «орган восприятия», которым является аудитория.

Таким образом, по мнению автора, в процессе массовой коммуникации совершается обмен деятельностями — коммуникации и ее восприятия — между субъектами, выделенными на уровне социально-классовой структуры (**субъект-1** — это господствующий класс, **субъект-2** — широчайшие народные массы), а обязательными посредниками этого обмена выступают институт МК и аудитория (см. рис.2).

**Субъекты 1 и 2** состоят в системе общественных отношений (материально-экономических, политических, идеологических и т. п.), которая дана в предпосылке МК. Субъекты общаются не только посредством печати, радио и телевидения. Массово-коммуникативная деятельность и ее восприятие — лишь особые деятельности этих субъектов в ряду множества других. Левая часть схемы изображает общее взаимодействие субъектов, правая массовую коммуникацию. Правая без левой представляет лишь «опосредующие звенья» — внешнюю структуру процесса. Только вместе обе части составляют модель, приближающую к пониманию социологического механизма данного процесса, его существа. Таким образом, МК рассматривается как органическая часть системы отношений социально-классовых субъектов. Отсюда А. Н. Алексеев формулирует правило: «Отношения между органами массовой коммуникации и аудиторией адекватны реальной системе отношений между социальными субъектами, формой деятельности которых орган массовой коммуникации и аудитория являются».

Конкретные факты взаимодействия института МК и аудитории добываются социологическими исследованиями и могут быть адекватно интерпретированы на основе понимания социально — классовой структуры общества. Абстрактная модель начинает «работать» как инструмент конкретного познания МК в обществе, в котором данный процесс разворачивается.

Достоинством этой модели является то, что она заостряет вопрос о социальных отношениях между коммуникатором и реципиентом. Коммуникатор предстает в ней не как источник и первопричина информации, а как посредник в общении людей. При этом на характер этого посредничества оказывает влияние множество социальных факторов, которые мы называем системоформирующими. Но посколь-

ку речь шла о сравнении советской и буржуазной систем журналистики, исследователь утверждал, что его модель позволяет четко дифференцировать социально-политический контекст функционирования средств массовой информации в буржуазном и социалистическом обществе. По его мнению, в буржуазном обществе **субъекты 1 и 2** «не только разные, но и антагонистически противоположные классовые силы», в социалистическом же обществе они оказываются «одним и тем же субъектом, только взятым в разных аспектах: как субъект коммуникативной деятельности и как объект коммуникативной деятельности». Из этих идеологически истолкованных посылов был сделан ошибочный прогноз о том, что прогрессирующее слияние **субъектов 1 и 2** процесса МК по мере движения к коммунизму предполагает сознательное «программирование» МК, осуществляемое ведущими управляющими центрами общества (что действительно было осуществлено под руководством ЦК и других партийных комитетов), а сам процесс МК будет протекать по Марксу — «язык народа, обращенный к самому себе» (чего жесткая централизация управления институтами МК в СССР не могла даже предполагать).

### **Социологическая модель МК М. Лауринстин**

Как и все советские ученые, известная эстонская исследовательница рассматривала процесс МК как социальный, содержанием которого является целенаправленное информационное взаимодействие между большими социальными группами посредством потока сообщений, формируемого и регулируемого специальной системой институтов<sup>4</sup>.

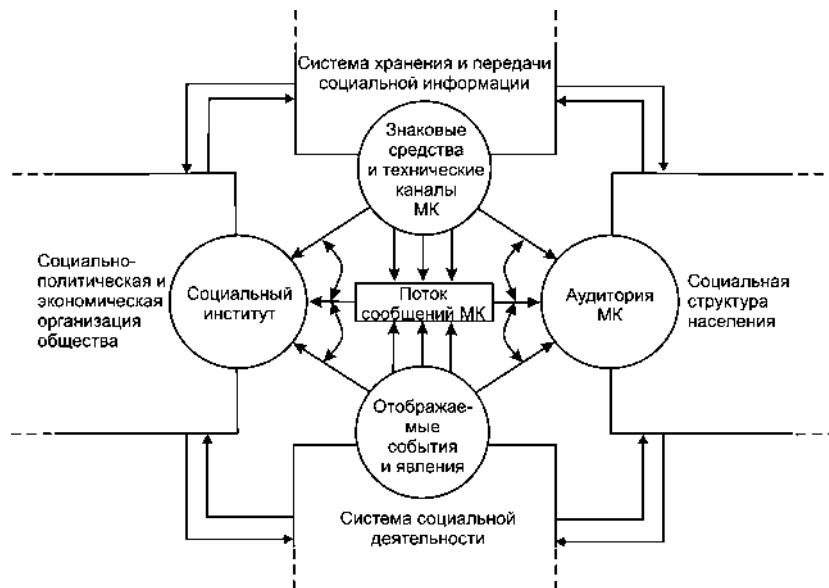
М. Лауринстин прежде всего обращает внимание на то, что процесс массовой коммуникации происходит внутри более широкой сети взаимосвязей между различными подсистемами общества (рис.3):

- социально-политической и экономической организацией общества, выраженной в его институциональной структуре, элементом которого выступает социальный институт МК. Этот институт состоит из системы организационных средств массовой информации и пропаганды (редакций, комитетов и др. организаций), непосредственной задачей которых является формирование и регулирование потока сообщений в соответствии с целями института МК в данном обществе;

- реализацией этих целей, осуществляющей путем соответствующего отбора и интерпретации социальных фактов из множества социальных событий и явлений, источником которых является система социальной деятельности во всех сферах социальной практики;

- фактами, образующими совокупность объектов коммуникации, формирующих объективное содержание потока сообщений МК;

- передачей сообщения (содержания), которая происходит путем придания ему определенной зна-



**Рис.3**

ковой формы, дифференцированной в зависимости от технических средств МК;

— набором знаковых и технических средств, создаваемых в процессе функционирования всей системы социальной коммуникации общества, в результате развития средств хранения и передачи информации и выделения различных форм общения. Единство двух аспектов деятельности СМК — есть процесс кодирования, в результате которого возникает центральный компонент МК — поток сообщений. Поток сообщений, предаваемых различными каналами, автор рассматривает как целостное образование.

Говоря о факторах эффективности, М. Лауристин делит их на два вида: коммуникативный и посткоммуникативный.

**Коммуникативный фактор эффективности** связан с восприятием информации, выбором, усвоением, оценкой сообщения.

**Посткоммуникативный** — это влияние воспринятой информации на сознание и социальное поведение членов аудитории. На этой фазе выявляются в полной мере значимые для целей субъекта-организатора социальные функции массовой коммуникации как средства воспитания и организации общественного мнения.

Реализация психологических и социальных функций МК, по мнению автора модели, не только зависит от характеристик содержания и формы передаваемых сообщений, конкретных условий протекания процесса коммуникации, но и опосредуется всем богатством социальных и информационных связей аудитории, в первую очередь влиянием ее непосредственного социального опыта, коммуникативного опыта читателей, слушателей, зрителей: их семантической подготовленностью, информированностью, сформировавшимися установками и стереотипами

восприятия и оценки определенного типа сообщений, авторов, форм общения.

Изображенный на рис. 3 процесс МК может «работать» как целостная система только при условии учета взаимосвязей всех его четырех подсистем. С одной стороны, реализация целей субъекта-организатора зависит не только от того, какие средства он использует и информацию о каких явлениях действительности он передает, но и от взаимодействия этих характеристик передаваемых сообщений со сложившимися особенностями коммуникационного и социального опыта различных групп аудитории; с другой стороны, это означает необходимость при целенаправленном формировании потока сообщений одновременно учитывать психологические и социологические закономерности передачи и восприятия информации.

Говоря о методах изучения процесса МК с помощью представленной модели, автор связывает их с получением информации, необходимой для целенаправленного регулирования воздействия потока сообщений на массовую аудиторию, одновременно включенную в поле влияния различных каналов — СМК. Эта информация должна удовлетворять следующим требованиям:

- дать критерии для планирования и прогнозирования объективных результатов деятельности печати, радио, телевидения по распространению информации разного типа и разных функций;

- представить возможность оперативной и объективной оценки, учета и контроля средств и результатов этой деятельности с точки зрения их соответствия целям и задачам, поставленным обществом перед институтом МК;

- обеспечить работников этой системы обратной связью;

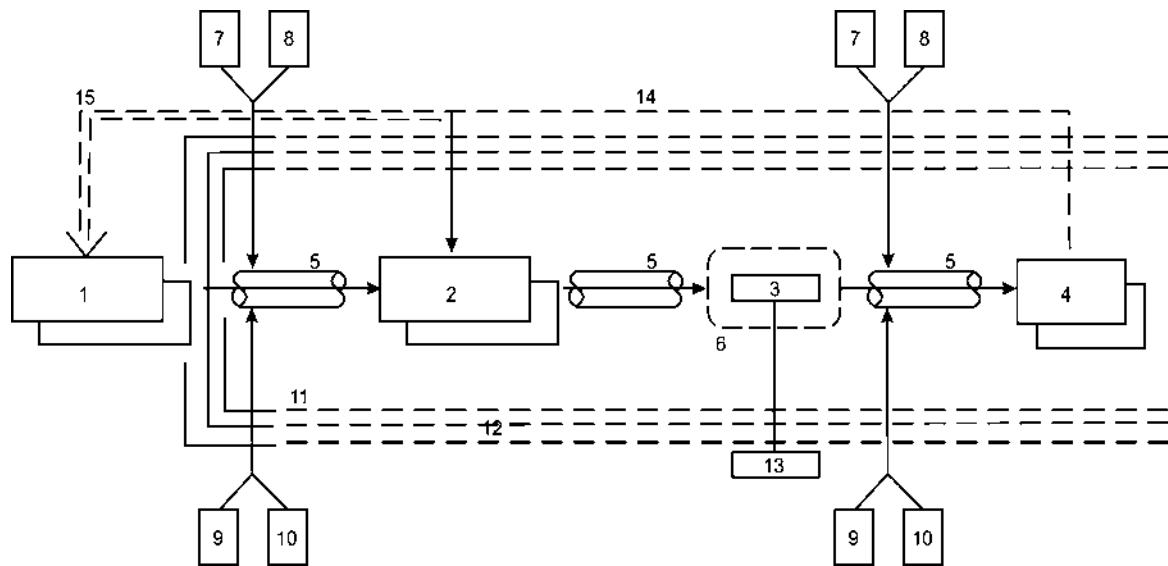


Рис.4

— являться основой для принятия решений, направленных на изменение существующих характеристик потока информации в случае, если выявится их несоответствие поставленным целям в данных условиях (структура аудитории, система каналов, социально-экономическая, политическая и идеологическая ситуация).

Одним из основных источников такой информации являются конкретно-социологические и социально-психологические исследования, сочетающие аудиторные замеры с контент-анализом содержания СМК и его восприятия.

Социологические и социально-психологические методы служат как целям объяснения причин протекания конкретного процесса МК, так и задачам прогностического характера (предсказание направления дальнейшего хода процесса МК и его эффективности). Если аудитория и распределение функций между отрядами СМК — факторы более менее стабильные для эффективности, то коммуникационные характеристики передаваемой различными каналами информации могут считаться наиболее динамичными факторами, регулирующими характер и эффективность процесса МК в условиях стабильной внешней ситуации.

Применение вышеуказанных методов в рамках модели М. Лауристин дает возможность выполнить следующие прогностические задачи:

— выявить устойчивые тенденции в проявлении тематических интересов, закономерности в формировании аудитории различных каналов, коммуникационные и социальные характеристики сообщений, от которых зависит их привлекательность и доступность для определенных типов аудитории, т. е. на основе характеристик потока информации прогнозировать величину и характер реальной аудитории как по отдельным каналам, так и по типам материалов (проблематике);

— изучить психологические закономерности восприятия информации различными категориями реципиентов, в частности, выявить механизмы актуализации и влияния социальных установок в зависимости от характеристик содержания и формы воспринимаемых сообщений, т. е. прогнозировать тип восприятия, степень усвоения и характер оценки передаваемой информации;

— учсть характер влияния реальных функций отдельных частей потока информации для различных типов аудитории с тем, чтобы достичь оптимального взаимодействия различных функций (развлекательной, воспитательной, информационной, пропагандистской);

— эта задача включает все предыдущие, но идет дальше, охватывая вероятности воздействия воспринятого аудиторией потока информации на степень информированности, формирования убеждений, социальных установок, реального поведения больших групп населения, т. е. прогнозирование социальных последствий действия СМК в данной социально-экономической и идеологической ситуации.

Модель М. Лауристин более социологична, чем предыдущие, однако как специалист по контент-анализу она основное внимание уделяет различным аспектам анализа содержания СМК, оставляя в стороне характеристики влияния социальных факторов непосредственно на сам институт МК. К достоинствам модели относится введение в нее такого важного элемента информационного процесса, как объект отражения.

### **Социально-психологическая модель МК Ю. В. Воронцова**

Ю. В. Воронцов предлагает модель процесса массовой коммуникации, которая, по его мнению,

могла бы объяснить в значительной степени, почему различные по содержанию коммуникации оказывают одно и то же воздействие на различных рецепентов и одна и та же коммуникация оказывает различное воздействие на различных ее потребителей<sup>5</sup>. Эта модель более сложна структурно, чем предыдущие (рис.4):

1) Источник информации. 2) Коммуникатор. 3) Сообщение. 4) Коммуникант. 5) Коммуникационный канал. 6) Экстралингвистический параметр сообщения. 7) Источник механических помех. 8) Источник семантических помех. 9) Классово-социальные фильтры. 10) Личностно-индивидуальные фильтры. 11) Семантические поля. 12) Поля коммуникационной обстановки. 13) Потери информации. 14) Обратная связь «коммуникант – коммуникатор». 15) Обратная связь «коммуникант – источник информации».

В модели Ю. В. Воронцова (как у Шеннона и М. де Флера) **источник информации** (1) выступает в качестве одного из элементов системы журналистики. Автор подчеркивает, что его неправомерно отождествлять с коммуникатором (лишь в немногих случаях коммуникатор является одновременно и источником информации). Источником может быть социальный институт (целенаправленная информация) и непосредственно события, факты и явления окружающей действительности (источник ненаправленной информации). Два и более источника могут поставлять сведения одному коммуникатору, а один источник может «работать» на двоих и более коммуникаторов (разное освещение одних и тех же событий в различных органах в зависимости от идеологических и политических установок).

Анализ социальной структуры источника информации, определение его социальной значимости для аудитории, удельный вес среди других источников, а также определение других его параметров, по мнению автора, позволит прогнозировать возможное воздействие или уровень воздействия его информационной или прогностической деятельности.

На **сообщение**, поступающее по **коммуникационному каналу** (5) к **коммуникатору** (2) от **источника информации** (1), действуют **источники механических** (7) и **семантических** (8) **помех**, затрудняющие его восприятие; оно проходит через **классово-социальные** (9) и **личностно-индивидуальные** (10) **фильтры** и подвергается трансформации. То же происходит и на пути к **коммуниканту** (4).

**Сообщение** (3) является содержанием коммуникации и представляет собой направленное сочетание знаков-символов, служащее для передачи информации. Это сочетание должно рассматриваться в двух аспектах: качественном и количественном.

**Качественный аспект содержания коммуникации** сводится к организации знаков таким образом, что сообщение вызывает *оценочную реакцию* коммуниканта в соответствии с воздействием классово-социальных и личностно-индивидуальных фильтров и выработку определенного отношения к информации. Качественный аспект связан не только с про-

блемой, затронутой в сообщении, но и с отношением коммуникатора, аудитории к этой проблеме [см.: обратные связи (14), (15)].

**Количественный аспект содержания коммуникации** включает соотношение числа знаков-символов и общего объема сообщения, поступающего по каналу связи к коммуникатору: букв в слове, слов в предложении или в газетной строке, количество минут вещания и т.п. Количественный аспект дает возможность определить наиболее рациональное построение предложения, публикации, газетной полосы, теле-, радиопрограммы, рекламного текста и рекламного блока в целом. Для этого исходят не из знака вообще, а из «наменательной единицы сообщения» — «ключевого символа».

**Экстралингвистический параметр сообщения** (6) существует, по мнению автора, как составляющая информационного потока, как важнейший фактор воздействия сообщения на коммуниканта. Экстралингвистика, или внешняя лингвистика, изучает совокупность этнических, исторических, социальных, географических и других факторов, связанных с развитием, распространением и функционированием языка. Значительная часть коммуникации носит именно экстралингвистический характер.

Немалую роль в коммуникации играет и **паралингвистический параметр сообщения**: для печатных СМИ — это полиграфические характеристики текста, верстка, выбор шрифтов, оформление заголовков, рубрик, ликов и т.п.; для электронных СМИ (устной коммуникации) — это высота и тембр голоса, артикуляционные характеристики, темп речи, манера говорить и т.п.

К шенноновским механическим помехам (технологические несовершенства и технические неполадки) Ю. В. Воронцов добавил семантические помехи. **Источником семантических помех** (8) являются сами участники процесса коммуникации, если кодировка сообщения вызывает затруднения у коммуникатора (некомпетентность в описываемой проблематике), а его декодировка — у коммуниканта (речь коммуникатора слишком сложна для понимания). Семантические помехи возникают из-за сложной лексики (терминология, неологизмы, фразеология), сокращений, фонетических особенностей (нечеткость артикуляции, различие произношения), сложности грамматики, синтаксических конструкций, стиля.

**Классово-социальный и личностно-индивидуальные фильтры** (9,10) влияют на pragматический аспект языкового знака, поскольку они определяют социальные и психологические отношения. Эти фильтры регулируют избирательность информации: коммуникант или не выберет информацию из потока, или выберет, но трансформирует ее содержание — подгонит под нормы-рамки, созданные классовой принадлежностью, группой, уровнем самосознания, самооценки. Классово-социальные фильтры взаимодействуют с личностными (возраст, пол, образование, самосознание, самооценка личности). Именно этим социально-психологическим факторам автор уделяет особое внимание.

**Поля коммуникационной обстановки** (12) создаются следующими факторами: классово-социальными и личностно-индивидуальными фильтрами, источниками помех, а также степенью плотности информации – информационной избыточностью или недостаточностью.

Социально-психологической модели Ю. В. Воронцова существенно то, что в числе факторов, оказывающих влияние на информационный процесс, выделены механические и семантические помехи, социальные и личностные фильтры, коммуникационная обстановка. Автор прав, когда, критикуя модель К. Шеннона, отмечает, что помехи оказывают влияние не на сигнал, а на восприятие сигнала адресатом. Однако, как верно заметил Э. Г. Багиров, сам Ю. В. Воронцов не учитывает этого в своей модели, согласно которой источник семантических помех влияет на канал. Между тем семантические помехи вызываются сложностями лексики, стиля и т. п., т. е. особенностями структуры сообщения, но никак не канала<sup>6</sup>.

## *Массово-информационная модель журналистики Е. П. Прохорова*

Модель Е. П. Прохорова<sup>7</sup> призвана дать представление о журналистике как массово-информационной деятельности, в которую включена совокупность «действующих сил» (компонентов системы), чьи взаимоотношения и взаимовлияния в реальных условиях определяют характер функционирования журналистики. А зная характер функционирования журналистики, можно обратиться к внутренним законам ее деятельности (рис. 5).

РО – руководящие органы, К – канал, СИ – социальные институты, У – учредители, Т – тексты, МА – массовая аудитория, Ж – журналисты, Д – дей-ствительность.

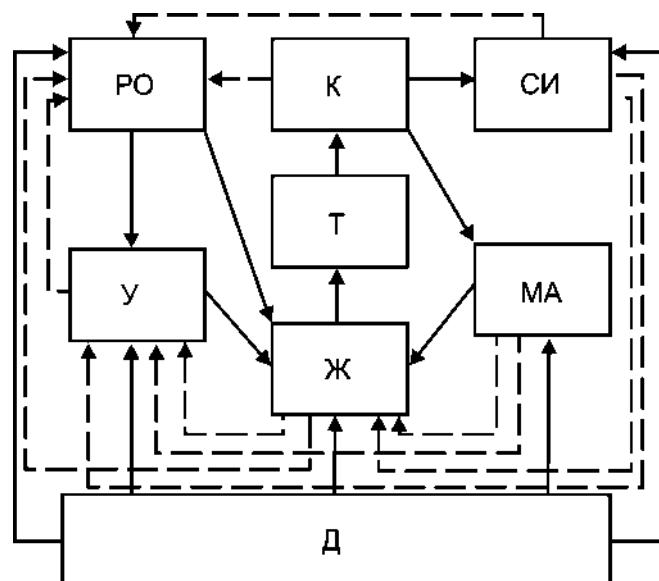
При этом автор подчеркивает универсальный характер своей модели. «Если попытаться рассмотреть функционирование отдельного органа журналистики (например, газеты «Известия»), или совокупности СМИ определенного направления (например, прессы демократических сил России XIX века), или всей журналистики в определенный период (например, современной американской журналистики), — пишет он, — то независимо от исторической эпохи или характера политических ориентаций изданий и программ принципиальная схема их функционирования будет одинаковой для всех возможных случаев, несмотря на то, что содержание и результаты деятельности журналистики будут различными».

Сначала Е. П. Прохоров описывает компонентный состав («действующие силы») системы с функциями каждого компонента в этой системе:

**Учредитель** (У) – государственная или общественная организация, профессиональные и творческие союзы, ассоциации и общества, группы граждан и отдельные лица, содержащие газетные и журнальные предприятия, теле- и радиокомпании, продюсерские фирмы, агентства, пресс-службы, издательские фирмы и т. д., располагающие правами владельцев и/или руководителей соответствующих производителей и распространителей массово-информационной продукции. Деятельность «учредителя» регламентируется законодательством (возможна замена термина «учредитель» на «владелец», «вещатель»).

**Руководящие органы** (РО) – государственные институты, которые в соответствии с конституционными нормами уполномочены принимать, изменять,

Рис.5



отменять различные акты (прежде всего законы), регламентирующие деятельность журналистики. В силу своих политico-правовых функций РО правомочны определять права и обязанности всех участников массово-информационных процессов.

Здесь сразу следует отметить, что введение РО в систему журналистики как ее «равноправного компонента» (не системоформирующего фактора) в виде некой законодательной и регламентирующей силы является не только спорным с точки зрения функционирующей системы журналистики, но и противоречащим ранее провозглашенному автором тезису об универсальности модели. Ведь, скажем, для американской системы журналистики никакие государственные институты не могут принимать актов, регламентирующих деятельность журналистики, ибо в Первой поправке к Конституции США черным по белому записано, что «Конгресс не должен издавать ни одного закона..., ограничивающего свободу слова и печати...». Даже при авторитарных политических режимах «компонент» РО находится в контексте системы журналистики, а не входит в нее непосредственно.

**Журналисты (Ж)** – штатные и внештатные работники редакции (от корреспондента и работника отдела писем до руководителя корреспондентской сети и главного редактора, которые по редакционному уставу определяют направление и характер изданий или программ, ведут авторскую, редакторскую, организационную работу по сбору, обработке, компоновке массовой информации в номера газет и журналов, программ радио и телевидения, выпуски агентской информации и т.д.

«Учредитель» и «журналисты» (редакция) выполняют в системе единую роль – коммуникатора. Но между ними есть функциональное распределение обязанностей. В естественные функции «учредителя» (владельца) входит не только административная и материально-техническая поддержка СМИ, но и выбор (разработка) концепции (модели) издания или программы. Иногда он делегирует свою целевую функцию редакции. Но нельзя представить ситуацию, когда партия учредает свой орган, а направление этого органа определяет редакция (разве что «Искра» 1900–1903 гг., когда редакция определяла и направление газеты, и программу будущей партии, но это другая ситуация).

**Тексты (Т)** – произведения журналистов, официальные документы, сообщения агентств, рекламные и другие информационные материалы, предназначенные для публикации, отобранные, отредактированные и скомпонованные в номера, программы, выпуски.

**Канал (К)** – используемые журналистами средства массовой информации (газеты, еженедельники, журналы, альманахи, бюллетени, программы радио и телевидения различных типов и уровней со сложной системой редакций, дирекций, отделов, корпунктов и т.д.), предназначенные для «доставки» журналистских «текстов» их адресатам.

**Массовая аудитория (МА)** – та часть общества, на которую специально ориентировано определенное издание (или программа) и к которой оно посто-

янно обращено (расчетная аудитория), или которая действительно сформировалась вокруг данного издания и считает его «своим» (реальная аудитория), или которую можно привлечь дополнительно (потенциальная аудитория). При этом, отмечает Е. П. Прохоров, многие представители аудитории в определенных ситуациях (когда пишут письма, звонят или приходят в редакцию, готовят для нее материалы, собирают информацию, консультируют журналистов и т. д.) выступают в роли журналистов, которые точно также в свою очередь оказываются аудиторией других средств массовой информации.

**Социальные институты (СИ)** – государственные органы, хозяйствственные, профсоюзные и другие организации, партии, ассоциации, функционирующие в сфере распространения данного средства массовой информации и деятельность которых обсуждается в произведениях журналистов с целью принятия ими определенных решений.

Но на наш взгляд, «социальные институты», функционирующие в сфере распространения средств массовой информации (вне этой сферы СИ вообще не существуют), входят в структуру «реципиента» (массовой аудитории), как это показано в модели Д. и М. Райли (более широкая социальная структура), или выступают в качестве «учредителей» (издателей, руководителей прессы), как это показано в модели М. Лауристина, или проявляют себя в неком «контексте» к основной системе журналистики, оказываящем определенное влияние на «коммуникатора» и «реципиента» (publics У. Шрамма). Как самостоятельный элемент системы «социальный институт» выступать не может (а в рассматриваемой модели СИ даже не вступает в контакт с МА, не имеет с ней ни прямых, ни обратных связей).

**Действительность (Д)** выступает источником сведений и конечным объектом воздействия журналистики.

Системная модель Е. П. Прохорова функционирует на основе прямых и обратных связей (прямые обозначены сплошными линиями, обратные – пунктирными).

Модель системы журналистики Е. П. Прохорова действует следующим образом: РО формирует нормативную «среду», законодательную основу функционирования журналистики, определяющую ее положение в обществе, права и обязанности У и Ж, ответственность СИ, права МА; в соответствии со своим положением в системе и на основе законодательства Ж, руководствуясь утвержденным У редакционным уставом, формирует информационную политику издания (программы) и реализует ее через совокупность произведений с учетом запросов, интересов, пожеланий МА, нужд СИ и особенностей своего К.

Чтобы действовать более целенаправленно, учредители и журналисты получают информацию по каналам обратной связи и вносят коррективы в информационную политику, в деятельность редакций и отдельных работников. Анализируя поступившие письма и отклики на выступления СМИ, данные социологических исследований аудитории, указывает

Е. П. Прохоров, редакции ищут пути, которые позволяют сделать соответствующий позиции редакции материал отвечающим интересам, стремлениям, уровню подготовки, жизненным позициям аудитории.

Зная весь процесс и закономерности функционирования журналистики, можно, по мнению автора, определить основные «порождающие факторы» деятельности журналиста (или «факторы порождения текста»), среди которых Е. П. Прохоров выделяет пять равнозначных («ни один из них не является стоящим «выше других»»):

- информационная политика учредителя;
- запросы, интересы, потребности аудитории;
- характер отражаемых явлений действительности;
- особенности СМИ (как канала, передающего своеобразные тексты);
- личностные особенности журналиста.

Столь подробное и аналитическое рассмотрение прохоровской модели системы журналистики вызвано тем, что именно эта модель наиболее адекватно представляет и компонентный, и структурный, и функциональный состав системы журналистики с ее многообразными связями. Спорные моменты в объяснении системы журналистики только подтверждают ее сложность и неоднозначность подходов к ее изучению.

### **Модель телевизионной массовой коммуникации Э. Г. Багирова**

До сих пор мы рассматривали общие модели системы журналистики. Э. Г. Багиров конкретизировал свою модель, выделив в качестве определяющего один из каналов общей системы — телевидение<sup>8</sup>. Таким образом он рассматривает одну из горизонтальных подсистем в системе журналистики в целом. Структура ее изоморфна у всех видов отношений. Здесь мы

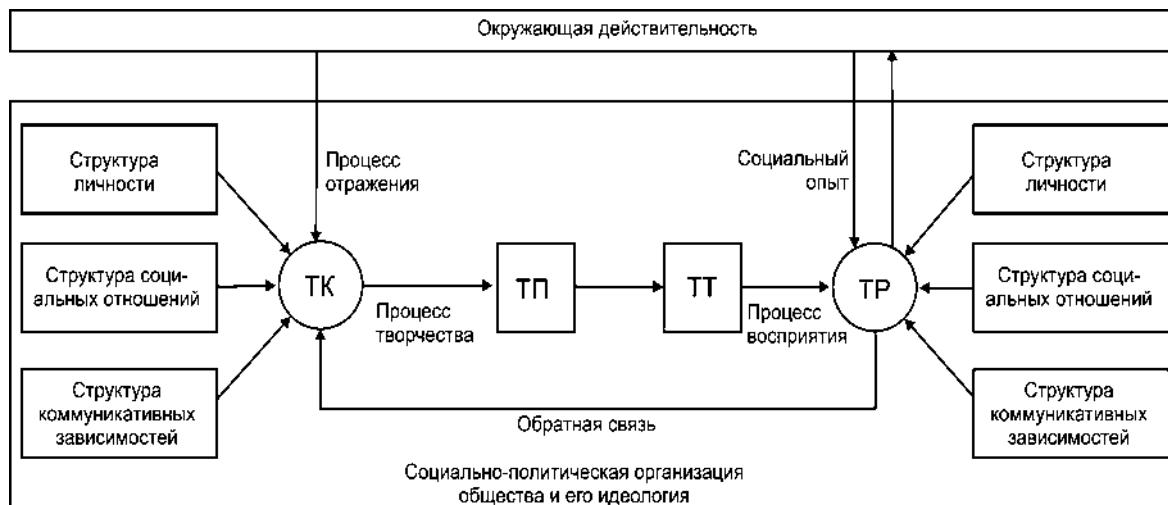
встречаемся с любопытной особенностью социальных подсистем: структура общества как целого и структура фрагмента этого целого изоморфны (в их самых общих определениях). Каждая социальная система «складывается» из подобных по структуре элементов и сама имеет аналогичное строение. Модель массовой коммуникации, осуществляющей посредством телевидения (рис. 6), является ярким примером феномена изоморфизма горизонтальных подсистем журналистики (печати, радио, телевидения).

По существу, в модели Э. Г. Багирова представлены те же «действующие лица» (элементы системы): коммуникатор, сообщение, технический канал и реципиент (аудитория), только с «телевизионной приставкой». Между реципиентом и коммуникатором действует «обратная связь». Управление осуществляется через передачу информации. Для того, чтобы эта передача стала возможной, коммуникатор производит кодирование, а затем аудитория декодирует полученный текст. В этом процессе обнаруживаются потери информации (шум). К факторам, влияющим на степень появляющегося шума, кроме чисто технических причин, автор относит определенные зависимости коммуникатора и реципиента: структуру личности, структуру социальных отношений, структуру коммуникативных зависимостей.

Из элементов структуры личности коммуникатора, которые оказывают наибольшее влияние на выбор и кодирование информации, т. е. оформление значений в виде сообщений, автор называет: а) убеждения, ценностные ориентации, установки; б) компетентность (знания), мастерство (умение), творческие способности; в) потребности, интересы, мотивы.

В свою очередь, выбор и декодирование информации реципиентом зависит от тех же основных групп личностных факторов: а) убеждений, ценностных ориентаций, установок; б) знаний, стереотипов, степени понимания языка телевидения; в) потребностей, интересов, мотивов.

Рис.6



ТК – телевизионный коммуникатор; ТП – телевизионная программа;

ТТ – телевизионная техника; ТР – телевизионный реципиент.

Коммуникатор и реципиент взаимодействуют в конкретном социальном контексте. Из социальных отношений коммуникатора определяющее влияние на его деятельность оказывают: принадлежность к тем или иным социальным группам; телевизионная организация в целом и творческий коллектив (редакция, съемочная группа); общественность (другие социальные институты и общественные организации).

Реципиент также входит в определенные социальные группы, принадлежность к которым во многом детерминирует его реакцию на получаемую информацию. Это прежде всего класс, малые (первичные) группы, рабочий коллектив и влияние общественности.

Коммуникатор, сообщение и аудитория обладают еще и своими внутренними коммуникативными зависимостями. На коммуникатора влияют следующие факторы: представление о себе и своих функциях, о контексте сообщения и специфике канала, о реципиенте и его реакциях. Подобные факторы действуют и на реципиента: его представление о себе и своей роли как зрителя, о сообщении и канале, о коммуникаторе и его целях.

Выделенные Э. Г. Багировым три группы факторов, влияющих на поведение коммуникатора и реципиента (структура личности, структура социальных отношений, структура коммуникативных зависимостей), оказывают регулирующее воздействие на массовые информационные процессы, которые в целом детерминированы социально-политической организацией общества, его идеологией и включены в окружающую действительность, в историческую практику людей. Отражая изменения в окружающей среде, массовая информация влияет тем самым на сознание и поведение воспринимающих ее людей. В свою очередь эти изменения в их сознании и поведении, а значит, в окружающей среде (действительности) отражаются в сообщениях коммуникатора.

Автор практически говорит о двух видах обратной связи: психологической, показывающей, как воспринято сообщение, насколько успешно оно освоено, и социальной, которая обнаруживает себя как результат изменений в сознании и поведении аудитории под влиянием массовой информации. Последниеказываются относительно медленно и опосредованно, однако они-то, по мнению автора, и составляют конечный смысл массовых информационных процессов.

Модель Э. Г. Багирова вобрала в себя структуры личностных, социальных и коммуникативных зависимостей, предложенные Г. Малецке и Д. и М. Райли, и внесла существенные системоформирующие факторы социально-политической организации об-

щества и его идеологии, не присутствовавшие ранее в других моделях системы журналистики.

## **Выходы**

Обзор теоретических концепций и моделей процессов массовой коммуникации исследователей прессы российской школы показывает историческую ретроспективу и перспективу развития как самой системы МК, так и научных представлений о ее компонентах, составе, структуре, взаимодействии и функциях. Исследовательская мысль двигалась от простейших технократических, формализованных моделей одностороннего воздействия, к социологическим и социально-психологическим моделям со множеством внутренних взаимосвязей, к сложным социальным системам МК, отражающим характер и функционирование их на уровне государственных конгломератов.

У каждой из рассмотренных выше моделей есть свои сильные и слабые стороны, которые выявляются в зависимости от задач, поставленных исследователями при их построении, и возможностями достижения неких результатов при использовании той или иной модельной парадигмы. Однако, опираясь на логику моделирования социальных систем, в том числе и системы журналистики, на опыт предыдущих исследователей процессов массовой коммуникации, необходимо построить более унифицированную и универсальную модель системы журналистики, которая бы в равной степени была полезна и для научных, и для учебных целей.

## **Примечания**

1. Батароев К. Б. Аналогии и модели в познании. – Новосибирск, 1981. – С.159.
  2. См.: Ахмадулин Е. В. Западные модели массовых коммуникаций: история формирования, структура, функции // Филологический вестник РГУ. – 2000. - № 3. – С.36-45.
  3. Алексеев А. Н. Опыт построения социологической модели массовой коммуникации // Семиотика средств массовой коммуникации. – М.,1973. – Ч.1. – С.58-71.
  4. Лауринин М. Некоторые проблемы управления потоком массовой информации // Предмет семиотики. Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовых коммуникаций. – М.,1975. – С.88-107.
  5. Воронцов Ю. В. К вопросу о структуре коммуникационного потока // Предмет семиотики... – С.22-35.
  6. Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения.– М.,1978. – С.62.
  7. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. – М.,2000. – С.8-11.
  8. Багиров Э. Г. Указ.соч. – С. 63-67.
- г. Ростов-на -Дону.

Н. В. Бергер

# Метод журналистского расследования как типоформирующий фактор современной печати

Профессионалы знают, что журналистское расследование – «товар» штучный. По замечанию главного редактора «Новой газеты» Дмитрия Муратова, сделанному в одной из программ «Пресс-клуба» на «Радио России», «настоящих» расследований журналисты одной редакции могут сделать за год три-четыре. Тем не менее, есть издания, в которых расследовательские публикации появляются регулярно, а то и в каждом номере. На телевидении существуют информационно-аналитические и публицистические программы, определяющие себя как «расследовательские». И если, строго говоря, не все материалы этих СМИ являются продуктами полноценных журналистских расследований, отвечающих необходимым критериям от и до, то в целом их, по выражению А. А. Тертычного, «полностью пронизывает дух расследовательства». Это дает основание предполагать, что в 90-х годах XX века в российской прессе, претерпевшей значительные типологические трансформации, сложился новый тип – «расследовательских» – СМИ.

На появление этого типа обратил внимание В. В. Тулупов, в своей монографии «Газета: маркетинг, дизайн, реклама» он назвал его «экстремальной журналистикой», имея в виду разновидность конфликтной журналистики. «Военные репортажи, сообщения из горячих точек, с мест трагедий, криминальные и другие расследования... – все это экстремальная журналистика»<sup>1</sup>. Авторы книги «Система средств массовой информации России» (М., 2001) также отмечают появление новой разновидности прессы: «Специализация издания может осуществляться и на выделении функции-доминанты. Стремительно завоевавший аудиторию и читательский интерес ежемесячник «Совершенно секретно» базируется на концепции расследовательской журналистики: вся публикуемая информация связана с выявлением причин, порождающих острые ситуации»<sup>2</sup>. Газеты «Совершенно секретно», «Версия», «Новая газета», «Ваш тайный советник», «Stringer»; телепрограммы «Секретные материалы: расследование ТВЦ», «Отдел X», «Момент истины», «Под грифом секретно», «Наша версия», «Особая папка», «Независимое расследование», «Человек и закон», «Документальный детектив», «Специальный корреспондент», «Архивные тайны» и им подобные прочно ассоциируются с идеей расследовательства. Очевид-

но, что во всех этих СМИ есть нечто общее, мы полагаем, что в основе этой общности лежит не столько тематика, сколько базовый творческий метод, применяемый журналистами редакций.

Для проверки этой гипотезы мы пользовались методологическими подходами, сформулированными в работах по типологии прессы А. И. Акопова, А. А. Грабельникова, В. В. Тулупова, С. Г. Корконосенко и др.<sup>3</sup>

Под типом издания мы будем понимать «некий обобщенный образ, повторяющийся в той или иной степени в группе реально существующих органов массовой информации»<sup>4</sup>. Имея в виду, что наша основная задача – наблюдение за творческим методом журналистского расследования, мы не ставим своей целью дать полный и исчерпывающий обзор отечественных расследовательских СМИ (это может быть темой отдельного исследования). Для нас важно выделить наиболее характерные черты этого типа СМИ, уловить его своеобразие. Для этого мы отберем лишь те издания, которые имеют устойчивую сложившуюся аудиторию, достаточно давно и успешно функционируют на медиа-рынке и обладают репутацией «расследовательских».

Наиболее важными типоформирующими признаками в современной социально-экономической ситуации, по В. В. Тулупову, являются: характер информации и ее интерпретация, владелец – изатель – учредитель, конъюнктура информационного рынка и читательский спрос, внутренняя структура издания, набор жанров, стиль и язык, география материалов, авторский состав, специфическое оформление, реклама, а также формальные показатели – периодичность, объем и тираж. На основе этого набора признаков мы рассмотрим несколько «типовых модификаций» расследовательских СМИ.

Газета «Ваш тайный советник» издается с октября 1999 года, до сентября 2001 года выходила один раз в месяц, позднее – дважды; объем ежемесячного номера составлял 48 полос формата А3, с изменением периодичности объем уменьшился до 32 полос; тираж стабильно держится на отметке 20 000 экз. Учредитель – ООО «Тайный советник», что фактически означает коллектив редакции, точнее, журналисты АЖУРа. Распространяется в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе России.

Тематическая направленность ежемесячника с первого же номера обозначилась на первой полосе – «криминальное обозрение». Однако специфика этого издания кроется, на наш взгляд, не в его проблемно-тематической палитре и не в особых способах подачи материала, а в технологии подготовки газетных публикаций (сбора и обработки данных). Авторы «Тайного советника» – сотрудники Агентства журналистских расследований. Это обстоятельство, видимо, предопределило то, что при подготовке большого количества публикаций газеты использован метод журналистского расследования. Анализ содержания «Тайного советника» показывает, что типоформирующим фактором, определяющим специфику этого издания, является именно метод журналистского творчества, являющийся ведущим для авторов обозрения. Вероятно, осознание этого факта стало решающим при уточнении типологического маркера газеты, появившегося на ее обложке в январе 2001 года, – «дедуктивная газета».

Особенности метода журналистского расследования применительно к «Тайному советнику» не раз определяли его сотрудники – в интервью журналам «Журналист», «Профессия – журналист» и др., в изданной агентством книге «Журналистское расследование: История метода и современная практика» (СПб., 2001). Руководитель агентства Андрей Константинов (он же главный редактор ежемесячника) сравнил его с методом «бригадного подряда»: «четыре отдела, выполняя различные функции, дополняют друг друга». В настоящее время агентство разбито на пять отделов: архивно-аналитический, репортажный, отделы информационного обеспечения и расследований и редакцию газеты «Ваш тайный советник». Студентки ВолГУ Т. Дмитриева и Е. Андронова, прошедшие в феврале 2002 года двухнедельную стажировку в АЖУРе, в своем отчете свидетельствуют: «Если говорить о работе всего Агентства в целом, следует отметить слаженность действий коллектива, подобную часовому механизму. Каждый работник выполняет свои, четко заданные функции, изучая тему с нужной стороны. Правовую защиту АЖУРа обеспечивает квалифицированный юрист... Работу архивно-аналитического отдела координирует бывший работник библиотеки... Именно на этих информационных ресурсах, которые собирает архивно-аналитический отдел, базируется работа журналистов-расследователей». Метод, положенный в основу работы Агентства журналистских расследований, диктует и принципы организации материала на полосах его ежемесячного обозрения.

Первые 14 выпусков «Тайного советника» (1999–2000 гг.) имели особую «тему номера»: «заказные убийства в Петербурге», «мошеннический Петербург», «терроризм: теория и практика», «коррумпированный Петербург», «убийство Виктора Новоселова», «негласный сбор информации: как, зачем и сколько», «тюрьма в России: быт и нравы», «искусство и криминал», «техногенные катастрофы: чего нам бояться?» и др. На всестороннее раскрытие центральной темы «работают» целые блоки материалов, сфор-

мированные преимущественно из статей, интервью, комментариев и всевозможных «справок», «досье» и фотодокументов. По прочтении подобных тематических блоков создается впечатление, что журналисты, собирая материал по выбранной проблеме, с неведом зашли в море фактов и собрали всю «рыбу» – и большую, и малую...

Та же тщательность наблюдается и в освещении других тем номера. Здесь также есть тематические блоки и отдельные публикации по той или иной проблеме. Для примера возьмем освещение «Тайным советником» гибели подводной лодки «Курск» (№ 12, сентябрь, 2000 г.). Всего в составе тематического блока семь публикаций, среди которых три статьи, два комментария, один репортаж и одно интервью. Судя по подписям к материалам, в разработке темы принимали шесть авторов, на самом же деле, возможно, что больше (так, сотрудники архивно-аналитического отдела, готовившие справки, могли не указываться). О полноте раскрытия поставленной темы (заметим, это публикации по «горячим» следам) говорит круг аспектов, рассматриваемых журналистами: подробное (по дням и часам) описание хроники событий; разнообразные версии случившегося и его причин; оценка поведения Президента – имел ли он моральное право отдыхать в Сочи во время трагедии? рассказ о лодке «Ленок» и двух спасательных аппаратах «Приз», которые по непонятным причинам не использовались в спасательных работах (т. е., по прямому назначению); действительно ли так совершила лодка типа «Курск» – зачем нашему флоту нужны такие субмарины, сколько стоило их строительство и т. п.; анализ современного состояния российского военного флота – причины неудач и перспективы развития; о работе Центра научных исследований, предсказавшего гибель подводной лодки. Расследовательская доминанта «Тайного советника» проявляется в данном случае даже не в способах подготовки каждого отдельного материала блока, а в полученном результате, выразившемся в целом блоке публикаций, дополняющих одна другую и дающем читателю возможность составить более менее целостную картину версий причин и следствий происшедшего. О масштабах территории, на которую был заброшен журналистский «невод», говорит и количество, и характер источников, использованных авторами: результаты опросов общественного мнения; сообщения информационных агентств, пресс-служб ВМФ; публикации в других СМИ; беседы с бывшими и ныне действующими профессионалами – от «простых» офицеров-подводников и даже матросов до вице-адмиралов и специалистов ЦКБ «Рубин». Причем мы вполне допускаем, что по понятным соображениям не все источники указаны в материалах. Характерная черта публикаций «Тайного советника», проявившаяся в блоке о «Курске», – почти полное отсутствие авторского и редакционного комментария. Стараясь дать читателю как можно больше информации по той или иной теме, донести разные, порой взаимо-

исключающие точки зрения, журналисты предсказывают ему самому делать выводы.

В связи с освещением темы все того же «Курска» мы видим еще одну важную особенность работы АЖУРовцев: взявшись за разработку какой-либо общественно-важной темы, журналисты обязательно держат ее в поле своего зрения до тех пор, пока не будут названы окончательно причины произошедшего, виновные и т. п. Время от времени читателям предоставляются отчеты об этих наблюдениях за развитием темы. Так, с сентября 2000 года по ноябрь 2001-го «Тайный советник» опубликовал 13 материалов, посвященных гибели атомохода «Курск». При этом, как видно из публикаций, журналисты неоднократно выезжали в Мурманск и к месту трагедии, встречались с представителями ВМФ, экспертами и со всеми, кто хоть как-то мог прояснить ситуацию. Судя по подписям к материалам, в разработке темы приняло участие не менее 7 авторов. С той же тщательностью и регулярностью АЖУРовцы отслеживают развитие ситуации по «Делу Мирилишвили» (12 публикаций) по «Делу Гонгадзе» (5 материалов) и по многим другим, но все рекорды в этом отношении побило «Дело об убийстве депутата Новоселова» (30 публикаций – начиная со статей и корреспонденций и заканчивая регулярными заметками в криминальной хронике).

В целом о характере информации и ее интерпретации в «Тайном советнике» можно сказать, что преобладает фактологичность и аналитика: исследуемые журналистами факты, подчас уникальные, анализируются со всех сторон, приводятся всевозможные точки зрения на предмет. При этом практически отсутствует оценочность, комментарий минимален, да и о персонификации журналистских материалов говорить не приходится. Все это отдано на откуп экспертам, мнения которых приводят газета.

Предлагая читателям разнообразное и подробное освещение одной из традиционно наиболее востребованных тем – криминала – редакция «Тайного советника», очевидно, рассчитывает на массовую аудиторию. В газете хорошо наложены механизмы обратной связи с читателем. Так, каждый номер открывается рубрикой «Константинов, ответьте!», в которой главный редактор и руководитель АЖУРа, журналист и писатель А. Д. Константинов, отвечает на вопросы читателей, присланные по почте, на редакционный пейджер или заданные по телефону. В основном людей интересует личность самого Константина, отсюда и вопросы типа: «Как вы отноитесь к спиртным напиткам? Какие предпочитаете?», «Как вы относитесь к творчеству модных писателей, таких, как Пелевин, Сорокин?», или «Вы прочите сыну карьеру журналиста или он станет актером?», «Кто ваши родители? Кто из предковоказал на вас сильное влияние? Существуют ли в вашей семье родовые предания?» и т. п. Много вопросов, связанных с литературным творчеством автора детективных романов: кто были прототипами детективных героев, ваши планы и пр. Но есть вопросы и другого рода, свидетельствующие о том, что аудитория видит в га-

зете и лично в ее редакторе эксперта, обладающего эксклюзивной информацией о криминальной жизни северной столицы. Читатели, например, спрашивают: «Как вы считаете, кто убил Собчака?», «Сначала Малышев. Потом – Потехин. Сейчас – Каган. Не кажется ли вам, Андрей Дмитриевич, что ведется спланированный «отстрел» людей из команды губернатора? Губернатора, за которого на выборах проголосовало столько петербуржцев...» и т. п.

В 2001 году редакция «Тайного советника» проводила анкетирование, целью которого было составить портрет читателя газеты. О результатах этого мини-исследования мы расспросили шефа-редактора Галину Леонтьеву. Выяснилось, что в основном «дедуктивную газету» читают мужчины. Если говорить о профессии, то помимо юристов, следственных работников и т. д. издание читают учителя, врачи, бухгалтеры, библиотекари. Вопреки ожиданиям, анкетирование показало, что средний возраст читателей не от 30 до 40 лет, как предполагали журналисты, а от 19 до 74!

Журналисты редакции считают, что причина популярности их газеты связана не столько с эксплуатацией традиционно рейтинговой криминальной тематики, сколько с методами ее разработки. Г. Леонтьева: «Я думаю, что наше издание привлекает все-таки глубиной раскрытия этой темы. Пусть у нас сейчас не Чикаго 20-х гг., но может быть 40-х, но очень многие так называемые «бандиты в прошлом», действительно хотят легализовать свой бизнес, хотят быть честными бизнесменами, чтобы их не взрывали. И мне кажется, что интересно в своем городе следить за этими процессами. Потому что это наш город, это наши люди, мы же ходим с ними по одной улице. А поскольку мы стараемся это глубоко объяснять, без экстремизма, спокойно, нас читают...».

Помимо «константиновской колонки» в «Тайном советнике» регулярно появляется рубрика «Отвечаем на вопросы читателей «ТС»», своеобразная юридическая консультация для аудитории.

Оформление «дедуктивной газеты» мы бы назвали агрессивным, более свойственным «желтой» прессе. На обложке три цвета – черный, белый и красный. На внутренних полосах крупные заголовки, много фотографий, часть из которых являются фотодокументами. Рекламы в привычном смысле практически нет, есть только взятые в рамку сообщения о подписке на саму газету, реклама АЖУРа и его услуг, эпизодически встречаются объявления различных фирм, преимущественно охранных.

В целом типологический анализ ежемесячника приводит нас к довольно неожиданному выводу: перед нами уникальное в своем роде издание, сочетающее в себе малосочетаемые тенденции – с одной стороны, тематическая направленность и внешнее оформление, более присущие «желтой», бульварной прессе, с другой – тщательный и взвешенный подход к подготовке каждого публикации, более характерный для качественной прессы (никакой непроверенной информации, проверка всех сведений в разных независимых друг от друга источниках и др.).

## **Метод журналистского расследования как типоформирующий фактор современной печати**

«Международный ежемесячник» **«Совершенно секретно»** основан в 1989 году писателем Юлианом Семеновым. С 1990 года его бессменным главным редактором был известный российский журналист Артем Боровик, трагически погибший в марте 2000 года. Издается тиражом в 2,3 миллиона экземпляров. Распространяется в России, странах СНГ, государствах Балтии, в Западной Европе, США, Австралии. «Первая в России независимая общественно-политическая газета, специализирующаяся на серьезных журналистских расследованиях подоплеки общественно значимых событий, явлений современной жизни и истории страны», – можно прочесть на официальном Интернет-сайте холдинга **«Совершенно секретно»**, являющегося учредителем ежемесячника.

Тематически **«Совершенно секретно»** ориентирован на ту же нишу, что и **«Ваш тайный советник»**, только масштаб шире: если петербургская газета освещает преимущественно жизнь Санкт-Петербурга и северо-запада, то **«издание Юлиана Семенова и Артема Боровика»** претендует на звание **«международного»**. Нельзя сказать, чтобы ежемесячник полностью отвечал этому маркеру, так как большой процент публикаций касается российских, в том числе **«кремлевских»** событий, тем не менее и международные секреты находят свое место на газетных полосах.

По характеру информации и ее интерпретации **«Совершенно секретно»** заметно отличается от **«Тайного советника»**: наряду с аналитикой важную роль здесь играют журналистский комментарий и прогноз. С другой стороны, **«фактологическая плотность»** отдельного номера ежемесячника ниже, чем **«дедуктивной газеты»**, кроме того, **«Совершенно секретно»** совсем не публикует коротких фактологических заметок, тогда как в петербургском издании им отводится 1-2 полосы.

Внутренняя структура ежемесячника **«завязана»** на ключевом для издания качестве предлагаемой публике информации – секретности. Атмосфера тайны создается за счет соответствующих заголовков (**«Тайное оружие правых»**, **«Секреты выживания»**, **«Мастер подковерных единоборств»** – все это заголовки из одного номера газеты) и названий рубрик. Ведущий принцип образования большинства из них – добавление к слову **«секреты»** актуального для публикуемого под рубрикой материала дополнения, например, **«секреты кремлевской кухни»**. В разных номерах встречаются **«секреты»**: **«медицины»**, **«правосудия»**, **«войны»**, **«частной жизни»**, **«истории»**, **«высшего света»**, **«большого города»**, **«глубинки»**, **«подземелий»**, **«спорта»**, **«спецслужб»**, **«экономики»**, **«творчества»**, **«бизнеса»**, **«криминала»**, **«кулис»**, **«религии»**, **«науки»**... Значительно реже появляются рубрики, образованные по иному принципу, но также окрашенные в **«секретные»** тона: **«эксклюзив»**, **«резонанс»**, **«из коридоров власти»**, **«скандал»**, **«непознанное»**, **«загадка века»**, **«расследование»**, **«персона»** (это, пожалуй, единственное название, не вызывающее почти никаких ассоциаций с тайной). В качестве

«десерта» в каждом номере читателей ждет **«экспресс-детектив»** или **«бестселлер»**. Ведущие жанры в ежемесячнике – статья, интервью и очерк.

Реклама и **«заказные»** публикации в **«Совершенно секретно»** стабильно занимают 30 % всей газетной площади.

**«Новая газета»** заметно отличается и от питерской **«дедуктивной газеты»**, и от **«международного ежемесячника»**. В отличие от них, это действительна газета: она выходит дважды в неделю, оперативно освещает текущие события в России и в мире. То же можно сказать и об оформлении – оно типично **«газетное»**. Общий тираж, включая вкладки в региональных изданиях, – порядка 440 000 экземпляров. Учредитель – АНО Редакционно-Издательский Дом **«Новая газета»**.

На жанровой палитре издания мы можем обнаружить образцы едва ли не всех существующих в печатной прессе форм: представлены все жанры информационной группы (заметка, как правило, расширенная; отчет с элементами комментария; интервью; репортаж, часто специальный), большинство аналитических жанров (корреспонденция в ее разновидностях; различные модификации статьи; обозрение – от экономического и политического до телевизионного; комментарий с его современной разновидностью – авторской колонкой; рецензия – театральная, литературная, кинорецензия), художественно-публицистическая группа представлена очерком (начиная от очерка быта и нравов и заканчивая путевыми заметками), изредка появляются эссе, фельетон и памфлет.

Дополняет типологический портрет **«Новой газеты»** ее авторский состав: в него входят как известные всей стране журналисты (Юрий Щекочихин, Анна Политковская, Евгения Альбац, Леонид Никитинский, Юлия Латынина, Вячеслав Измайлова, Григорий Пасько и др.), так и совсем еще молодые **«акулы пера»**. Находят свое место на полосах издания **«колонки»** Андрея Битова, Станислава Рассадина, Артемия Троицкого, Сергея Юрского... В качестве экспертов выступают известные экономисты и политики.

Типологически **«Новая газета»** относится к ряду массовых общественно-политических изданий. Ее структура и тематический диапазон полностью отвечают требованиям данного типа. Первая полоса: большая **«картинка»** по центру (чаще карикатура к ведущему материалу, реже – фотография или коллаж), иллюстрирующая начало **«гвоздевого»** материала номера, по правому краю – анонсы наиболее важных публикаций. Вторая-третья полосы отдаются, как правило, **«теме номера»** (это не значит, что само это название всегда обозначено в рубрике), здесь же обычно публикуются экономические обозрения Юлии Латыниной. Следующий разворот – **«Подробности»** – состоит из заметок и корреспонденций о текущих событиях внутренней и международной жизни. Далее идут полосы, посвященные политике, экономике, социальной сфере, культуре и спорту. На последней – 24-й – полосе под неизменной рубри-

кой «от корки до корки» что-нибудь «развлекательное» (в кавычках, так как нередко здесь можно встретить острую сатиру).

Каждая полоса имеет суперрубрику, отражающую тематику размещенных под ней материалов, среди них наиболее часто повторяются такие названия, как «болевая точка», «власть и совесть», «про ваши деньги», «подоплека», «обстоятельства», «портрет явления», «неправительственный доклад», «под ковром», «специальный репортаж», «говори!», «общество» – такие полосы посвящены вопросам политики и экономики, социальным проблемам. Две-три страницы каждого номера рассказывают о событиях культурной жизни: «нашее кино», «современная музыка», «театр», «телеРевизор» и др. Почти в каждом номере можно найти полосу о спорте – «спорт» или «забытая сборная».

Однако при всех очевидных отличиях «Новая газета» должна быть помещена в ряд расследовательских СМИ. Дело даже не в том, что здесь есть специальный отдел расследований, названный теперь именем ярчайшего его сотрудника – Юрия Щекочихина. Сама рубрика «расследование», так же как и подпись к материалам «отдел расследований», появляются нечасто. Время от времени публикуются результаты журналистских расследований, осуществленных в рамках программы «Чистые перья». Имена постоянных авторов – Юрия Щекочихина (работал в НГ до июня 2003 года), Анны Политковской, Леонида Никитинского (пришел в НГ в конце 2003 года) – стойко ассоциируются в нашем сознании с идеей расследовательства. Но все это лишь дополнительные аргументы в обосновании расследовательского характера издания. Главное состоит в том, что «расследовательская составляющая» проявляет себя как ведущая в концепции издания в целом: по нашим наблюдениям, доминирующее направление журналистского поиска в «Новой газете» – это стремление к обнародованию скрываемой от общества информации о правонарушениях. И, если «Ваш тайный советник» занимается, в принципе, тем же, но на поле криминального петербургского закулисya, «Совершенно секретно» озабочено прежде всего раскрытием всевозможных загадок и тайн, что делает эти издания весьма привлекательными для читателей, ждущих от чтения газет не только «горячей», актуальной, серьезной, но и занимательной информации, «Новая газета» наименее других способна развлечь.

Особое внимание журналисты «Новой газеты» уделяют Человеку: судьбы современников, удивительные и подчас трагические, истории успеха и неудач – все это находит отражение в таких суперрубриках, как «сосед по времени», «о роли личности в истории», «свидание», «так бывает», «вспоминаю себя» и др. Не случайно в заметке о награждении корреспондентов газеты премиями Союза журналистов России Романа Шлейнова «За журналистское расследование» и Лилии Гущиной «За журналистское мастерство» редакция высказывает особое мнение: «Гущина и Шлейнов вполне могут поменяться наградами, так как Лилия, безусловно, занимается

расследованием внутреннего мира человека, а Роману, безусловно, присуще журналистское мастерство» (НГ, 2004, № 7). На наш взгляд, в этой короткой реплике хорошо видна ведущая установка авторского коллектива редакции на применение метода расследования при подготовке публикаций самых разных тематических направлений. Безусловно, речь не идет о том, что каждый материал «Новой газеты» основан на результатах журналистского расследования, скорее, мы видим здесь его элементы, «дух», стремление проникнуть в самую суть вопроса, тщательно рассмотреть его со всех сторон, удостовериться во всем лично.

Что же касается собственно расследовательских интересов «Новой газеты», то они достаточно полно сформулированы на ее Интернет-сайте. Здесь перечислены более двух десятков направлений, по которым журналисты в течение долгого времени (порой нескольких лет) ведут свои расследования. В зависимости от предмета изучения все это тематическое многообразие можно свести к четырем группам:

1. *Расследования, направленные на изучение негативного явления* («Крыша»: спецслужбы и передел собственности; Оргпреступность: самые громкие дела последних лет; Стройки для президента: деньги на первое лицо; Наркомафия: российские наркобароны и наркотропы; Коррупция в России: социологическое исследование; Милицейский произвол и коррупция в системе МВД; Олигархи и чиновники: коррупционные скандалы; Судебный произвол: почему мы не доверяем Фемиде; Спорт: коррупция и криминал; Космос и экология: безопасны ли запуски ракет?).

2. *Расследование неблаговидной деятельности отдельных ведомств, предприятий, фирм* (Минатом: коррупция и ядерная энергетика; ЛУКОЙЛ: портрет компании с коррупционным оттенком; ФСБ и преступность: как чекисты «крышуют» бандитов; Газпром: портрет компании с коррупционным оттенком).

3. *Расследование обстоятельств конкретных трагедий* (Гибель «Курска»: что осталось за скобками трагедии; Взрывы в России: кто стоит за трагедиями; «Норд-Ост»: трагедия на Дубровке – кто виноват?).

4. *Расследование подоплеки отдельных уголовных дел* («Три кита»: высокопоставленные чиновники и контрабанда; Дело Буданова: хроники, комментарии, документы), сюда же отнесем попытки найти ответы на такие конкретные, но, к сожалению, ставшие почти риторическими, вопросы, как «Золото партии: куда делись деньги КПСС?» или «Кредиты МВФ: куда пропали 4,8 млрд. долларов?».

Из приведенной типологии видно, что часть расследований (1 группа) ведется по горизонтали – журналисты на конкретных примерах стремятся выяснить причины и взаимосвязи негативных явлений, здесь, скорее, правильно говорить о всестороннем журналистском исследовании действительности; другая же, большая часть (2-4 группы) расследований строится по вертикали – в фокусе инвестигейторов находятся конкретные имена и правонарушения. В последнем случае мы видим образцы именно рас-

следовательской журналистики, которой присущи не столько масштабные обобщения, сколько конкретные выводы по отдельным «делам».

Отдельного внимания заслуживает опыт издания по налаживанию связей с аудиторией. В этом отношении «Новая газета» заметно опережает своих «расследовательских» собратьев. Нередко, беря в руки свежеотпечатанный номер, мы читаем отклики читателей на опубликованный здесь же материал. Это стало возможно благодаря использованию Интернет-технологий. Газета имеет свой сайт, на котором вывешиваются еще неопубликованные статьи, предлагаемые к обсуждению.

Удельный вес рекламы на страницах издания незначительный (объявления появляются редко, иногда можно встретить публикации «на правах рекламы» в рубрике «Информация»), что наводит на размышления о финансировании газеты. Из трех рассмотренных «расследовательских» газет именно «Новая» наименее прозрачна в этом вопросе. Мы не проследуем цели выяснить источники финансирования газеты, тем более, что в российских условиях ответ на него крайне не стабилен<sup>5</sup>. Тем не менее, даже теоретически можно предположить, что издание «Тайного советника» возможно благодаря коммерческой деятельности Агентства журналистских расследований (подписка на ленту криминальных новостей, «заказные» расследования, издательская деятельность); «Совершенно секретно», как мы видели, имеет солидную рекламу и является продуктом одноименного холдинга, что также делает более или менее прозрачным ответ об источниках существования. Что же касается «Новой газеты», можно только строить предположения, что, безусловно, ставит под сомнение ее полную независимость от влияния финансовых и политических групп.

Итак, мы видим, что все три издания заметно отличаются по своим типологическим характеристикам, два из них относятся к типу специализированных СМИ, одно является массовым общественно-политическим; значительны различия в авторском составе и в самих принципах редакционной политики в этом направлении (в «Тайном советнике» доминирует «бригадный подряд», персонификация слабо выражена; в «Совершенно секретно» – довольно узкий и стабильный круг авторов; в «Новой газете» авторов много и едва ли не каждый из них – яркая индивидуальность); отличаются тематические предпочтения, оформление, формы обратной связи с читателем и многое другое. Однако все это не отменяет главного для них типологического признака, позволяющего объединять издания в отдельную группу. Эта доминанта – метод журналистского расследования, положенный в основу творческой работы в данной разновидности СМИ.

В целом можно сказать, что типологическая модель расследовательской прессы складывается из взаимодействия двух противоположных тенденций. Отчетливо видно влияние стандартов «желтой» журналистики, с одной стороны, и качественной – с другой.

Термины «желтая» и «качественная» пресса еще не получили достаточного обоснования в отечественной науке, идет процесс формирования общих подходов к определению и изучению данных феноменов. Отсюда нечеткость определений и границ понятий, терминологическая разноголосица («желтая» пресса – «бульварная» – «массжурналистика» и т.п.). Тем не менее, исходя из существующих на сегодня научных данных по этому вопросу, попытаемся сформулировать основные признаки двух типологических групп<sup>6</sup> и соотнести их с практикой расследовательской журналистики.

Мы оставили за рамками сравнительной таблицы (см. табл. 1) другие типоформирующие признаки (учредитель-издатель, объем-тираж-периодичность и др.), поскольку в данном случае они не столь важны. Как видим, почти по каждому параметру есть параллели с тем или иным типом прессы, либо с обоими сразу. Исключение составляет «стиль и язык», так как манера изложения в расследовательской прессе не похожа ни на тон «качественной» прессы, рассчитанной на интеллектуально подготовленную аудиторию, ни на упрощенный, «сенсационный» язык «желтых» СМИ.

Подытоживая разговор о типологии современных печатных «расследовательских» СМИ, мы не можем обойти вопрос о попытках внутритипологической классификации. А. А. Тертычный предложил группировать издания в соответствии с существенными характеристиками изданий, среди которых: «1) проблемно-тематическое своеобразие расследований, публикуемых в издании; 2) обычный уровень доказательности (обоснованности, аргументированности) помещенных в издании «расследований»; 3) характер литературной подачи материала (уровень «детализации», «обобщения» и пр.)»<sup>7</sup>. По первому основанию автор выделяет *монотемные* расследовательские издания, куда относит еженедельник «Ваш тайный советник», и *политетмные*, представленные «Новой газетой», «Совершенно секретно», «Версией» и «Stringer». На наш взгляд, такое деление не подтверждается анализом практики: данные контент-анализа «Тайного советника» показывают, что ни о какой монотемности речи быть не может. Мы не готовы согласиться с выводом А. А. Тертычного о том, что петербургская «дедуктивная газета» – монотемное издание, то обстоятельство, что здесь «постоянно печатаются расследования убийств», еще не говорит о том, что это единственная проблематика расследований. Кроме того, характеристика политемных изданий – «их расследователей интересуют как проблемы наущенного дня, так и дела забытые, архивные» – с полным основанием относится и к «монотемному» «Советнику».

По второму критерию исследователь также выделяет две группы изданий: 1) те, что публикуют расследования, обоснованные достоверными фактами («Новая газета», «Совершенно секретно», «Ваш тайный советник», «Stringer»); 2) те, что публикуют расследования, обоснованные предположениями («Версия»). Действительно, между названными в двух групп-

**Метод журналистского расследования как типоформирующий фактор современной печати**

**Табл. 1.**

	<b>«Качественная» пресса</b>	<b>«Желтая» пресса</b>
<b>Аудитория</b>	серьезная, интеллектуально подготовленная	<i>массовая</i>
<b>Тематические предпочтения</b>	<i>политика, экономика, культура, спорт</i> – практически все сферы жизни в стране и в мире	<i>темы смерти, крови, насилия, преступления, чудесного избежания смерти; секса; денег, карьеры, грандиозного успеха, удивительного поворота судьбы, частная жизнь социальных элит, личная жизнь обыкновенного человека; аномальные явления, предсказания, инопланетяне, потусторонний мир</i>
<b>Характер информации и ее интерпретация</b>	<i>актуальная и релевантная информация; компетентная информация о подоплеке событий; равное уважение и к факту, и к его интерпретации; предельно возможная объективность; основательная аналитичность</i>	стремление к сенсационности; извращение реальных фактов, придание им сенсационной окраски; выдумывание событий; использование домыслов и слухов
<b>Жанры</b>	<i>преимущественно аналитические: статьи, комментарии и беседы на социально-политические, экономические, культурные темы</i>	преимущественно информационные – заметка, репортаж, интервью; отсутствие аналитических жанров; материалы, содержащие формальные признаки очерка, таковыми не являющиеся – житейские истории, легенды; байки, анекдоты
<b>Стиль и язык</b>	сдержанный стиль, отсутствие пестроты и вычурности; взвешенность оценок, спокойный тон публикаций	простой, доступный; эмоционально-оценочные конструкции превалируют над рациональными
<b>Авторский состав</b>	<i>высококлассные журналисты; эксперты в различных областях; известные общественные, политические и культурные деятели</i>	профессиональные журналисты; начинающие (часто студенты) репортеры; стрингеры
<b>Оформление</b>	<i>преимущественно классическая оформительская модель; использование инфографики; иллюстрации используются скучно, в основном выполняют информативную функцию</i>	яркое, подчас крикливое оформление; смысловая и графическая оригинальность заголовка; цвет на обложке, иногда на внутренних полосах; сенсационность или оригинальность снимка или рисунка на обложке; завлекательность анонсов главных материалов номера; обилие иллюстративного материала – редкое использование документального фото, активное привлечение студийных и натурных работ фотохудожников; фотомонтажи, фототрюки, коллажи

\* Курсивом выделены качества, присущие расследовательской прессе.

пах изданиями существует отмеченное различие, но оно рождает вполне закономерный вопрос: если в некой газете «расследования» основываются не на достоверных фактах, а на предположениях, о каком расследовании можно говорить? Очевидно, здесь используются лишь некоторые элементы метода.

Наконец, по характеру литературной подачи материала А. А. Тертычный выделяет три группы: 1) издания, использующие статейный стиль изложения расследований («Совершенно секретно», «Версия», «Stringer»); 2) издания, использующие репортажный стиль в изложении расследований («Новая газета»); 3) издания, использующие стиль отчета в изложении расследований («Ваш тайный советник»). Данное деление также представляется нам слишком схематичным, отражающим лишь самые общие тенденции, бросающиеся в глаза при беглом взгляде на перечисленные издания. При более детальном анализе становится видно, что жанровая палитра здесь гораздо многообразнее.

На наш взгляд, при типологической характеристике расследовательских СМИ более плодотворно рассматривать их в двух плоскостях: как образцы специфической «расследовательской» группы и как «обычных» представителей массовой общественно-политической либо специализированной прессы.

### **Примечания**

1. Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама.— Воронеж: «Квартга», 2001. — С.21.
2. Система средств массовой информации России. — М.: Аспект Пресс, 2001. — С.54.
3. См. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий. — Иркутск, 1985; Акопов А. И. Периодические издания. — Ростов-на-Дону, 1999; Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. — М., 2001; Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий. — Ростов-на-Дону, 1999; Корко-

носенко С. Г. Основы журналистики. — СПб., 2001; Система средств массовой информации России. — М., 2001; Типология периодической печати. — М., 1995; Типология печати: проблемы теории и практики. — СПб., 1999; Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. — Воронеж, 2001 и др.

4. Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама.— С.52.

5. В монографии И. Засурского «Масс-медиа второй республики» (М., 1999) «Новая газета» отнесена к группе «Медиа-Мост», финансировавшейся в то время В. Гусинским. После известных событий группа распалась, а входившие в нее СМИ «пошли по рукам», некоторые и вовсе закрылись.

6. Типологические признаки «качественной» и «желтой» прессы сформулированы в работах: История мировой журналистики. — Ростов-на-Дону, 2000; Золотухин А. А. Как уловить читательский запрос? (К типологии «желтой» прессы // Журналистика — Реклама — Связь с общественностью: Материалы научно-практической конференции. — Воронеж, 2000. — С. 26-28; Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий. — Ростов-на-Дону, 1999; Мисонжников Б. Я Современное качественное издание (К проблеме типообразования) // Типология печати: проблемы теории и практики. — СПб., 1999. — С. 46-66; Ресснянская Л. Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. — Серия 10 «Журналистика». — 2000. — № 4. — С. 3-14; Сazonov E. A. Феномен сенсационности в «желтой» прессе // Журналистика — Реклама — Связь с общественностью: Материалы научно-практической конференции. — Воронеж, 2000. — С. 73-76; Фаркова Е. Ю. «Масс-журналистика»: типы и структура // Средства массовой информации в современном мире: Тезисы научно-практической конференции. — СПб., 2000. — С.47-49; и др.

7. Тертычный А. А. Проблемы типологии современных «расследовательских» СМИ // Журналистика в 2002 году: СМИ и реалии нового века. — М., 2003. — Ч. 1. — С. 175.

г. Волгоград.



**А. П. Короченский**

## **Преимущества междисциплинарности**

В последние годы проблема толерантности привлекает пристальное внимание российской общественности и научных кругов. Духовная и социально-политическая значимость этой проблемы бесспорна для нашей страны, пережившей в XX веке мучительные последствия политической и идеологической нетерпимости, ограничения и подавления инакомыслия. Провозглашение демократии в постсоветской России не сопровождалось расцветом действительного идеино-мировоззренческого и культурного плюрализма, устраниением интолерантности из политической и социальной практики, что на глядно проявляется сегодня в деятельности СМИ — особенно электронных. В связи с этим чрезвычайно актуальным представляется рассмотрение вопросов толерантности в журналистике, активно участвующей в формировании политической культуры граждан и общего интеллектуально-нравственного климата в стране. Различные аспекты толерантности и интолерантности в деятельности российских журналистов были рассмотрены Ю. В. Казаковым в двухтомнике, посвященном этическим проблемам освещения межэтнических и межконфессиональных отношений в средствах массовой информации<sup>1</sup>, Б. Н. Лозовским в монографии, посвященной взаимоотношениям прессы и российского общества<sup>2</sup>. В отдельных изданиях представлены лингвистический и социологический анализ проявлений нетерпимости в отечественных массмедиа<sup>3</sup>.

Рассмотрение частных вопросов толерантности и интолерантности в журналистике значимо, но имеет ограниченные результаты, если не сопровождается тщательным и многосторонним общефилософским рассмотрением этой проблемы, не учитывает актуальные глобализационные тенденции мирового развития в их противоречивом единстве и многообразии. К тому же, как точно заметил В. А. Сидоров, «толерантность все еще нуждается в корректном определении. И пока это не произойдет, мы по-прежнему будем, в целом неплохо представляя себе основные контуры толерантности, обозначать её каждый на свой лад. То есть, исследуемый феномен известен и неизвестен в одно и то же время»<sup>4</sup>.

Предлагаемые расширительные определения и трактовки толерантности, базирующиеся главным образом на противопоставлении этого явления нетерпимости и фанатизму, не позволяют дать ответ на ряд важных теоретических и практических вопросов, связанных с реализацией принципа толерантности в журналистике. Например, выявить, как со-

относятся в современной журналистской практике толерантность и конформизм — и где пролегает граница между ними в конкретно-исторических условиях России; как сочетаются толерантность и идеино-политический плюрализм в демократическом обществе; в чем заключается действительное идеино-практическое значение толерантности, выявляемое в актуальном глобализационном контексте — в особенности с учетом положения стран, находящихся за пределами западного «цивилизационного ядра». Очевидно, что убедительные ответы на эти вопросы могут быть получены только при условии углубленной комплексной междисциплинарной проработки проблемы толерантности — при участии как теоретиков журналистики, так представителей других общественных и гуманитарных наук, исследователей современных глобализационных процессов.

Первый — и пока единственный в своем роде — пример удачного междисциплинарного «мозгового штурма» проблемы толерантности представляет собой сборник «Толерантность. Журналистика, политика, культура», изданный в Санкт-Петербургском госуниверситете под редакцией С. М. Виноградовой и С. Г. Корконосенко. Основу содержания сборника составляют статьи видных петербургских и московских теоретиков журналистики, философов, политологов, историков, а также журналистов-практиков — участников теоретического семинара, проведенного по инициативе кафедры социологии журналистики и кафедры теории и истории международных отношений СПбГУ.

Анализу причин интолерантности в постсоветской журналистике посвящены статьи С. Г. Корконосенко («Материалистическое отношение журналистов к действительности») и И. М. Дзялошинского («О некоторых причинах интолерантности российских СМИ»). С. Г. Корконосенко видит одну из основных причин нетерпимости отечественных средств массовой информации в наблюдаемых ныне тенденциях асоциальности журналистики, в игнорировании частью журналистов их первой обязанности перед обществом — обеспечивать аудиторию полной, объективной информацией и адекватным анализом происходящего, что позволяет гражданам лучше ориентироваться в действительности и адаптироваться к ней, избирая оптимальные формы социального поведения и совершая осознанный политический выбор. Отказ от добросовестного познания, всестороннего исследования действительности, присущего социально ответственной журна-

листике, порождает в конечном итоге проявления агрессивного субъективизма и нетерпимости в средствах массовой информации и в обществе.

И. М. Дзялошинский анализирует причины интолерантности в российских СМИ, порожденные не только и не столько процессами, происходящими в журналистском сообществе, сколько влиянием факторов социальной среды. Отходя от узкого толкования толерантности как индивидуальной морально-нравственной установки на терпимость, снисходительность, понимание другого, отказ от давления и насилия по отношению к инокомыслящим исследователь предлагает рассматривать её как характеристику любых социальных структур — отдельного человека, социальной группы, общественного института или общества в целом, — фиксирующую специальную ориентацию на разрешение конфликтных ситуаций, возникающих в процессе взаимодействия с другими социальными структурами. «Специфичность этой ориентации заключается в стремлении понять позицию другой стороны, объяснить ей свою позицию и в процессе диалога найти взаимоприемлемое компромиссное решение... Таким образом, толерантность есть не только нравственная характеристика отдельного человека, но и специфическая технология взаимодействия людей, такая технология, которая обеспечивает достижение цели через уравновешивание интересов»<sup>5</sup>. Противоположностью толерантной модели социального поведения, нацеленной на достижение общественного согласия, является экстремизм, опирающийся на насилие как главный метод решения проблем.

Данное понятие толерантности, фиксирующее наиболее существенные характеристики этого явления, вместе с тем не является исчерпывающим. Другие публикации сборника, подготовленные специалистами в области международных отношений, характеризуют также её интернациональное, межгосударственное измерение (см., в частности, статью Н. А. Васильевой «Толерантность как метод превентивной дипломатии»). Современные трактовки толерантности основываются на приятиях различий, существующих между людьми и народами, на признании ценности иных культур, верований, образа жизни и мышления, на уважении существующего в мире национально-культурного разнообразия и идеально-духовного плюрализма. Д. З. Мутагиров в статье «Толерантность в системе общественных ценностей» отмечает: «Синонимами толерантности в позитивном плане считаются терпимость, снисходительность, доброжелательность, человеческая солидарность, уважение многокультурности; антиподами — нетерпимость, религиозный и политический фанатизм, расизм, ксенофобия и многочисленные проявления дискриминации»<sup>6</sup>.

Вольтер писал, что толерантность является следствием гуманности<sup>7</sup>. Эта формулировка, кажущаяся на первый взгляд чрезмерно абстрактной, тем не менее задает ценностную первооснову для понимания сущности этого явления, главный ориентир в идеально-теоретических изысканиях по проблеме то-

лератности в журналистике, ключевой критерий оценки медийной практики. От гуманности производны не только толерантность, но и многие другие идеалы и ценности современного общества и его могущественного института — журналистики.

Идеал толерантности, впервые получивший системное обоснование в работах просветителей XVIII в., в ходе последующего общественно-исторического развития обогатился, наполнившись новыми смыслами. Толерантность как явление, соответствующее требованиям гуманности, не может отождествляться с идеально-культурной всеядностью, с морально-ценностной и политической аморфностью, порождающей терпимость к злу и социальной несправедливости, с непротивлением глобальному гегемонизму и насилию, задрапированному в цивилизаторские одежды. Апелляция к толерантности, нацеленность на достижение общественного согласия не должны использоваться для одергивания выразителей нестандартных, альтернативных идей, критиков несовершенных социальных порядков, служить поводом для исключения их из числа участников публичной дискуссии только на том основании, что они «нелояльны» по отношению к существующей общественной системе.

«Несмотря на то, что значительная часть наших журналистов придерживается либеральных взглядов, в большинстве газетных материалов, теле- и радиопередачах, к сожалению, с трудом можно обнаружить толерантность, эмпатию и плюрализм, то есть социально-психологические качества коммуникаций, которые способствуют социальному согласию, мирному решению конфликтов и адаптации индивидуумов,» — замечает В. И. Кузин, автор статьи «Толерантность журналиста как социально-политическая парадигма». Признавая чрезвычайно важное значение конкретного социально-политического и культурного контекста для формулировки и реализации критериев толерантности в журналистике, В. И. Кузин приходит к следующим выводам: не следует абсолютизировать толерантность и однозначно определять это понятие только как терпимость или отождествлять его с нравственными императивами и социальным согласием; толерантность не исключает таких качеств журналиста как принципиальность, нетерпимость к социальному и моральному злу, четкость мировоззренческих позиций<sup>8</sup>.

Хотелось бы добавить — и неприятие двойных стандартов, столь часто наблюдаемых в практике постсоветских СМИ. Так, либеральные телеканалы (например, НТВ) постоянно обвиняют оппозицию в нетерпимости — и при этом позволяют себе транслировать выступления зам. председателя Государственной Думы В. В. Жириновского, содержащие прямые призывы перевешать политических противников. Ни публичные угрозы применить насилие, постоянно провозглашаемые с экрана этим деятелем, ни даже устроенное по его инициативе избиение оппонентов в студии НТВ не послужили достаточным основанием, чтобы окончательно отказать Жириновскому в доступе к эфиру. Допустимо ли

столь сверхтерпимое отношение к политику, чье поведение перед телекамерами является вызывающим интолерантным, повышающим градус агрессивности в обществе? Даже если относиться к Жириновскому всего лишь как к истеричному актеру-любителю, разыгрывающему на публике шумные сцены и потасовки, не следует забывать, что в стране есть масса людей, способных принять его действия за поведенческий образец и эталонную модель политической активности (см. результаты голосования на декабрьских выборах в Думу). История знает немало примеров, когда бесноватость и агрессия, тиражируемые через СМИ, приобретали свойства опаснейшей социальной заразы, поражавшей миллионы людей.

Вопрос о пределах толерантности, о границе между допустимым и недопустимым в политической журналистике чрезвычайно актуален как в теоретическом, так и в практическом плане. Существенный вклад в углубление понимания этой проблемы вносит статья В. А. Сидорова «Толерантность: образ действий в политической культуре журналиста». Автор указывает на то, что толерантность, как и политическая культура, носит исторически конкретный характер. В журналистской среде в зависимости от приверженности коммуникаторов к тому или иному типу политической культуры существуют различные «толерантности». Нетерпимость многих современных журналистов к таким социальным болезням, как тероризм, может сочетаться с лояльной терпимостью к тому типу общественных отношений, который их порождает, питает и превращает в глобальное явление.

Дальнейшее углубление научных изысканий по проблеме толерантности, развитие в обществе духа солидарности и кооперации граждан на принципах демократии и гуманности немыслимы без основательного изучения и учета объективных характеристик населения и журналистской среды с применением конкретно-социологических исследовательских методик. Пример такого изучения представлен в статье Д. П. Гавры и Е. В. Родионовой «Социальные характеристики политической толерантности взрослого населения Санкт-Петербурга (по данным эмпирического исследования)». Социологические примеры выявили, что большинство петербуржцев негативно, вплоть до нетерпимости, относится как к леворадикальным экстремистским и националистическим группировкам, так и правым радикально-западническим организациям наподобие СПС.

Особый интерес вызывают публикации сборника, посвященные малоизученной проблеме — характеристике различных медийных образов и стереотипов с точки зрения их соответствия критериям толерантности. В статье И. Н. Блохина «Толерантность как норма журналистской деятельности (из опыта исследований этнических стереотипов и образов в материалах отечественных СМИ)» проанализирована конструкция некоторых стереотипов, способных усилить нетерпимость и конфликты в межэтнических отношениях. Так, анализ сте-

реотипа «русский фашизм», создаваемого некоторыми либеральными СМИ, демонстрирует его искусственность, манипулятивное предназначение, поскольку характеристики существующих в России правонационалистических группировок (РНЕ) и леворадикальных структур наподобие партии Э. Лимонова не имеют признаков системного типологического тождества с фашистскими организациями.

В статьях В. И. Фокина «Толерантность как фактор формирования внешнеполитических стереотипов» и Н. М. Боголюбовой, Ю. В. Николаевой «Источники формирования внешнеполитических образов (методические аспекты)» рассмотрены механизмы формирования в общественном сознании стереотипных образов на фоне развития международных культурных обменов и трансграничных масовых коммуникаций. Распространение толерантности на сферу международного информационно-культурного взаимодействия, на формирование образов различных стран и народов мира чрезвычайно важно в нашу эпоху, когда усиливается влияние мирового общественного мнения на внешнюю политику государств.

Современное понимание толерантности, претендующее на универсальность, всемирное признание, вдохновляется не только духовным наследием Просвещения, гуманистическими идеалами современности, отраженными в документах ООН, ЮНЕСКО и других авторитетных международных организаций, но и историческими традициями терпимости в межконфессиональных и межэтнических отношениях, веками существовавшими в России и странах Востока. Рассмотрению таких исторических традиций посвящена статья А. А. Сотниковиченко «Религиозная терпимость в политике Османской империи», убедительно доказывающая, что в средние века государство османов выглядело образцом веротерпимости в сравнении с европейскими странами, и что последующее отступление от принципа веротерпимости, гонения и массовые убийства иноверцев следует рассматривать в числе основных причин, вызвавших кризис и распад этого государства.

В публикациях сборника представлены различные аспекты и трактовки проблемы толерантности, однако это не порождает впечатления содержательной разноголосицы, внутренней противоречивости этого издания. Поскольку проблема, которой посвящен сборник, включена в научный дискурс относительно недавно, подобное многоголосье представляется не только уместным, но и чрезвычайно полезным, способствующим отысканию истины. Готовность вести равноправный диалог, учитывающий и уважающий мнения оппонентов, является одной из важных примет следования критериям толерантности. Составители сборника удачно продемонстрировали это качество.

Рецензируемый сборник имеет некоторые «слабые места». К их числу можно отнести контраст в степени научно-теоретической весомости публикаций, обнаруживаемый при сопоставлении основной

массы трудов с отдельными работами аспирантов и журналистов-практиков. Однако общий позитивный итог предпринятой мультидисциплинарной инициативы бесспорен — это заметное продвижение вперед в многоаспектном комплексном изучении проблем толерантности.

### **Примечания**

1. «Язык вражды» и свобода слова. Межэтническое и межконфессиональное в российских СМИ как проблемное поле. Часть 1: В«поисках «мерной линейки». Часть2: «Язык вражды» и «образ врага». Составитель и автор комментариев — Ю. В. Казаков. М.: ФЗГ, 2003.

2. Лозовский Б. Н. «Четвертая власть» и общество: на тернистом пути к согласию. Екатеринбург: УрГУ, 2001.

3. Напр.: Язык мой... проблема этнической и языковой нетерпимости в российских СМИ. (Сост. А. М. Верховский) М., 2002.

4. Толерантность. Журналистика, политика, культура. С.87—88.

5. Там же, с. 47.

6. Там же, с. 5.

7. Voltaire. The Philosophical Dictionary. NY: Carlton House. 1984, p. 302.

8. Толерантность. Журналистика, политика, культура. С. 69—71.

г. Ростов-на-Дону.



С. Л. Страшнов

## Просветительская журналистика и современное искусство

Одна из явных целей просветительской журналистики – способствовать распространению в обществе культуры (в узком смысле этого слова), ценностным ядром которой всегда оставалось классическое искусство. Цепочка как будто бы до банальности незатейливая и до тоски бесспорная. Между тем, подобный процесс таит в себе массу противоречий – в том числе родовых. С них и начнем.

Довольно часто настаивают на том, что журналистика сама является частью культуры. Но не будем забывать и того, что газета, а тем более радио и телевидение порождены цивилизацией, что журналисты работают в средствах **массовой** информации, средствах **массовой** коммуникации, чьи аббревиатуры (СМИ, СМК) если и совпадают с искусством и культурой, то исключительно со столь же **массовыми** их вариантами – МИ (массовое искусство) и МК (массовая культура). Не случайно именно они выглядят наиболее уместными и органичными в СМК – среди сенсационных сообщений, бьющих по нервам репортажей и эксклюзивных интервью. Демократизация же высшей культуры с XIX столетия «встречала у нас непреодолимые препятствия»<sup>1</sup>: в неадаптированном виде она не имела никакого успеха. Но, с другой стороны, и глухонемое презрение художественной элиты к массовой аудитории лишь усиливает дебилизацию населения, которая угрожающей тучей нависает над обществом в целом – и над высоколобыми в частности.

Испытанным компромиссом, хотя и отнюдь не идеальным выходом, является просветительское искусство, неотделимое, кстати сказать, от просветительской журналистики<sup>2</sup>. Эстетика в художественных произведениях такого рода уступает первенство познанию и воспитанию силами искусства, понимаемого как деятельность общественная. Для художников-просветителей оно является лишь средством, которое оправдывается «более широкой, внешней – социально-уравнительной – целью»<sup>3</sup>. А потому автор выступает здесь в роли мудрого, опытного и мужественного наставника-гражданина. Со времен Радищева не самое малое число русских писателей, живописцев, режиссеров испытывало постоянное чувство вины и долга перед своим народом, что приводило их вместе и к прямому дидактизму, и к прощению, слившимся в риторическом вопросе В. Маяковского: «А что, / если я / народа водитель / и одновременно – / народный слуга?» Акценты, разумеется, могли сдвигаться к любому полюсу, но суть просветительского искусства все равно оставалась двуединой. Вот почему даже косми-

ческие проекты Хлебникова и авангардное жизнестроение Мейерхольда являются лишь оборотной стороной миметического традиционализма во вкусе Горького или Станиславского. Задача просветительского искусства – привлечь к себе внимание тех людей, «что обычно стихов не читают» (А. Твардовский) (вариант: вернисажи, филармонию, киноклубы не посещают).

Но если вторая половина XIX – начало XX веков допускали хотя бы какое-то просветительское разнообразие, то с конца 20-х годов отечественное художественное творчество стремительно теряет объем, властно унифицируется: вне его пределов оказываются как «высокое», так и «низкое» – и собственно эстетические изыски, и искусство массовое. За основу же были приняты произведения актуально-политизированные и приспособленные к уровню средних и партийных школ хрестоматийная классика, также старательно подгонявшаяся в интерпретациях под образцы соцреализма, отчего и ее индивидуальности стирались. Разумеется, немедленно хотелось бы занести это в разряд прямых следствий тоталитаризма, если бы подобные процессы не зарождались раньше и не возникали бы всякий раз в ходе интенсивного распространения грамотности. Правило, сформулированное Л. Гинзбург в 1930 году: «Культура ослабела наверху, потому что массы оттянули к себе ее соки»<sup>4</sup>, действовало не только в период так называемой культурной революции, но и сразу же после крестьянской реформы.

Так, уже в 1885 году Л. Толстой писал М. Салтыкову-Шедрину, «что качество интеллигентных читателей очень понизилось <...> и зародился новый круг читателей <...> надо считать сотнями тысяч, чуть не миллионами», однако через пятьдесят-семьдесят лет растворение культуры в массах и вовсе привело страну к плачевному итогу, диагностированному Б. Пастернаком в романе «Доктор Живаго» как «бедствие среднего вкуса», которое «уже бедствия безвкусицы». Культура как бы растворилась в общем социальном облике советского человека, стала одной из составляющих его заново оформленного синкретизма. Владимир Лапенков пишет, что тогда «самый малограмотный «работяга» не являлся антиподом «эстету»: он не мог правильно выговорить слово «экзистенциализм» и не читал ничего, кроме телепрограммы, но само **значение** Шекспира и Пушкина, а шире – образования и культуры как таковой могло зародиться только в его собственных недрах»<sup>5</sup>.

«Бедствие среднего вкуса» возникало, таким образом, из-за резкого сужения культурного поля: да,

исчезали люди абсолютно неграмотные, но исчезали и аристократы духа, ценители-знатоки, а народившиеся как тип интеллигенты в первом поколении были не слишком квалифицированы и к тому же заидеологизированы – даже в лучших своих образцах. Оппозиционные «шестидесятники» в художественных произведениях существенно заземляли искусство и требовали от него при помоши своей просветительской журналистики обязательной актуальности, социальной значимости, прямой адресованности.

Но тем сильнее они растерялись, когда на исходе затяжной ими же «перестройки» культурные горизонты резко расширились в оба края, когда во все более нараставших масштабах вернулось не только искусство элитарное, но и всё, что уничижительно относилось к ширпотребу, к профанации высоких образцов. Единая культура и ее единая аудитория раздробились, превращаясь в неслагаемую совокупность субкультур. Позиционируясь, издания и каналы вольно или невольно огораживаются, проявляют не столько воинственность, сколько равнодушие к сопредельным явлениям и территориям.

Иногда ситуацию представляют так, что-де вымытой оказалась середина – та самая прежняя основа. Однако скорее всего произошли коренные структурные перестроения – такие же, как в обществе в целом: вертикальная организация в культуре сменилась горизонтальной.

Первая из них гораздо больше укоренена в истории человечества: можно припомнить не только эпоху рабовладения или феодальное подчинение вассалов сюзеренам – по-своему иерархичны и просвещенная связь-оппозиция интеллигенции – народа, и вытеснившая ее модернистская элитарно-массовая модель социума. Горизонтальная же структура является продуктом демократии, а в последнее время подпитывается еще и постмодернизмом, а также распространяющимся Интернетом. Соответственно и в культуре ослабляется влияние нормативной эстетики, четко различавшей три «стиля» (высокий, средний и низкий), – элитарность как точка отсчета любого перечня критериев художественности ощутимо расшатывается теперь эгалитарностью. Однако этому сопротивляется генетическое значение (и толкование) культуры как нормы. А потому, как бы ни отвращал нас эстетический диктат, эстетическую толерантность представить себе даже посложней, нежели толерантность социальную.

Отсюда же и общая неочевидность цели просветительства культурного – в сравнении с просветительством политическим. Там она несомненна – это гражданское общество, здесь – она как будто бы выступает в качестве популярности, однако неизменно при условии приемлемой цены. Вот почему интеллигенты часто выглядят как ригористы, ревнители нормы, охраняя которую, они готовы стоять насмерть, но напоминают при этом не слишком симпатичных адмирала Шишкова или пушкинского Сальери: «Мне не смешно, когда малый негодный Мне пачкает Мадонну Рафаэля, Мне не смешно, когда фигляр презренный Пародией бесчестит Алигьери». Вот тогда и полу-

чаются, что под видом нормы чаще всего обороняется канон, а он, по Ю. М. Лотману, может стать лишь возможителем информации, но не ее источником<sup>6</sup>.

Однако никакое развитие в железобетонном русле невозможно. У того же Лотмана читаем: «Чтобы быть взаимно полезными, участники коммуникации должны «разговаривать на разных языках» <...> Богатство внутренних конфликтов обеспечивает культуре как коллективному разуму исключительную гибкость и динамичность»<sup>7</sup>. Живая культура есть диалог. Подобно тому, как литературный язык постоянно обогащался за счет просторечия и наоборот, взаимообмен одинаково живителен для искусства высокого и массового, а также и для журналистики. С легкой руки Е. Боратынского привычно признавать лишь одну зависимость – МК и СМК от креативных идей гениальных одиночек:

*Сначала мысль, воплощена  
В поэму сжатую поэта,  
Как дева юная, темна  
Для невнимательного света;  
Потом, осмелившись, она  
Уже увертлива, речиста,  
Со всех сторон своих видна,  
Как искушенная жена  
В свободной прозе романиста;  
Болтунья старая, затем  
Она, подъемля крик нахальный,  
Плодит в полемике журнальной  
Давно уж ведомое всем.*

Путь откровения воссоздается здесь в логике его неизбежной банализации и деградации. Однако не раз случалось и обратное – у Шекспира, Сервантеса, Диккенса или в великой русской литературе, когда из низового, житейского (нередко обработанного, подготовленного беллетристом или журналистом) материала вырастали шедевры: из криминальных репортажей – некоторые романы Достоевского, из непрятязательной юмористической периодики – Чехов, из жестоких романов – Блок, из блатной песни – Есенин. Подобная подпитка деревьев-гигантов подпочвенной энергией давно уже признана в работах авторитетнейших В. Жирмунского, М. Бахтина, Ю. Тыннова, В. Шкловского, Б. Эйхенбаума.

Так что это не только контркультуры, но и возможные союзники, будущие родственники, даже спутники. Но кто-то ведь должен до того и для того их примириТЬ, соединить в союзы, просто познакомить. Насколько это необходимо и насколько это непросто, думается, понятно. Тем самым и определились наши основные проблемы в данной статье – нам потребуется рассмотреть реальные и потенциальные соотношения интеллигенции (и производимой ею просветительской журналистики) с культурами «высокой» и тривиальной, с журналистикой качественной и развлекательной, а также с художественной элитой и массовой аудиторией.

Вначале – об отношениях реальных. Какие обстоятельства и тенденции особенно озадачивают, даже

раздражают интеллигенцию в сегодняшней культуре? Во-первых, ползучее распространение постмодернизма. Во-вторых, невиданное расслоение художественной аудитории. В-третьих, экспансия массового искусства.

Казалось бы, постмодерн как раз и не противоречит столь чтиому интеллигентам в их декларациях принципу демократии — скорей уж является его наглядной художественной аналогией. Тем не менее и в конце 80-х годов, и особенно с начала 90-х просветители принципиально не захотели принимать новое творческое направление. Исходный соц-арт — это еще куда ни шло, все-таки — выпад против тоталитарности, хотя и расценивался он как зубоскальский, ернический, юмористический, а просветителю соприродна только серьезная сатира. Пугающей выглядела уграта всякого центра, какой бы то ни было системы мер и ориентиров. Веками просветители твердили о незыблемой шкале ценностей — а тут столкнулись с мозаиками, калейдоскопами, коллажами, лоскутными одеялами (которые есть и в журналистике — назовем «Намедни» или журнально-газетную эссеистику) и отшатнулись от постмодернизма, как от хаоса. Встреча с программной неиерархичностью обнаружила в интеллигенции — подчас к ее собственному немалому удивлению — мировоззренческую негибкость, в известном смысле даже и скрытый антидемократизм.

Самооправдания появились незамедлительно. Самооправдания в форме обвинений. Список претензий постмодернизму открывается тем, что он размыает границу между добром и злом, сеет в людях безразличие, если не цинизм. Далее следует неприятие обезличенности такого творчества (бартовский тезис о смерти автора), а значит, его безответственности. Решительный отпор вызвала и концепция искусства как игры — вспомним хотя бы преобладающую, объединившую патриотов и западников оценку книги А. Силянского «Прогулки с Пушкиным».

Показательно, что эстетический феномен расценивается просветительской критикой с сугубо этических позиций, да и философский релятивизм обличается ею в качестве элементарного равнодушия. Однако сдается, что интеллигенцию, как пожилого школьного учителя, не в последнюю очередь тревожат неконтролируемые эмоции публики и заботит, кроме того, чувство самосохранения: слишком уж распространились в самой интеллигентской среде усталость, апатия, а ведь именно они изначально — во всяком случае, на Западе после окончания Второй мировой войны — были психологическими источниками постмодернизма. И все-таки даже свой собственный антидемократизм просветители переадресовывают все тем же постмодернистам на том основании, что это искусство для немногих, искусство элитарное.

Интеллигенцию тоже иногда называют культурной элитой, либо считают, что она должна была таковой стать. Но если это и так, то лишь в конкретных случаях и локальных масштабах — допустим, когда выпускник столичного университета приезжает в провинциальный городок или писатель приходит в газету.

А впрочем, и там они появляются, пожалуй, вовсе не для того, чтобы возноситься или исключительно вешать — скорее уж делиться. В иных контекстах: страны, истории — интеллигенция и интеллектуальная элита тем более не совпадают. Достаточно напомнить о классовой ненависти разночинцев к дворянской культуре и о том, что некрасовский просветительский «Современник» был не только наследником, но и отрицанием «Современника» пушкинского, аристократического.

Конечно, глухой стены между элитой и интеллигенцией нет: в частности, мы уже говорили об авангардном варианте просветительства. И наоборот: замечено, что советский андеграунд зарождался в сети государственных кружков, студий и объединений — «Из непрятательной лампы просвещения вылетел не спроектированный и своеобразный джинн»<sup>8</sup>. Однако примеров мирного сосуществования, спокойной выработки общедоступных взглядов на «высокую» культуру куда меньше, нежели непримиримых схваток.

Особенно показательно в этом смысле последнее десятилетие. Советская власть, а до того так называемое «прогрессивное русское общество» всячески сдерживали центробежные процессы, ревниво относились к любым незаконным кометам «в кругу расчисленных светил»: английский снобизм и французская рафинированность полтора столетия — даже в годы «серебряного века» — почтились у нас за моветон. И лишь недавно вновь заговорили об элитах, имея при этом в виду не сорта пшеницы, а людей определенного сорта.

Казалось бы, к журналистике это может относиться лишь в самую последнюю очередь: по крайней мере, в русско-советской табели о рангах журналист находился неизменно ниже писателя, режиссера, мыслителя. Но теперь такая фатальность, к счастью, нарушилась: это смотря какой писатель и смотря какой журналист. Общество постмодернистки раздробилось. Однако и модернистская (а также просвещенная) оппозиция «верха» и «низа» в нем как будто бы лишь усугубилась. Звезды взошли и засияли во всевозможных сферах: есть бомонд политический и региональный, существуют бизнес-элиты и элиты культурные. И все они становятся заглавными героями журналистики. Любой — ведь даже в самой захудалой бульварной газетенке на ведущих ролях рубрика «светской хроники». Но располагает «высшее общество» и собственной прессой (телевидению и радио обособиться бывает сложней).

Обычно ее называют «качественной». Не будем относить сюда издания, во-первых, дорогие, неподъемные большинству населения по цене, а во-вторых, специализированные. Последние тоже малотиражны: они выпускаются с незапамятных времен как неотъемлемый компонент научной, экономической и тому подобной деятельности, обеспечивая ее нормальное кровоснабжение и предназначаясь для ничтожно малых, замкнутых в себе групп. В рамках нашей основной темы гораздо интересней, почему и для чего в таких достаточно универсальных, но респектабельных газетах, как «Независимая...» и «Сегодня» начала-середины девяностых, нынешних «Коммерсанте» и

«Известиях», не просто существуют отделы искусства, но почему и они пестрят закодированной, непонятной непосвященным культурологической терминологией (иронически выразительно описано это в романе Николая Климонтовича «Последняя газета»).

Видимо, многое объясняется в качественной прессе, как, впрочем, и в любой другой, ее аудиторией. Она может быть более или менее широкой, но основной адресат здесь всегда — люди со статусом, люди, принимающие решения. Их, разумеется, в первую очередь интересуют наличные силы и вероятные перспективы развития политики и экономики, но элитарное издание должно быть «газетой влияния» во всем, и оно рекламирует не только исключительно престижные товары, но обозревает — среди прочего — и самые престижные культурные новинки.

Репутацию такой прессы поддерживают не обязательно традиции (некоторые газеты создавались с нуля), но обязательно авторы. В колумнисты (а это — безусловная журналистская элита) сюда приглашаются знаменитые писатели (В. Войнович, Т. Толстая и др.), модные критики. Характерно, что именно один из таковых — Вячеслав Курицын — возглавлял до недавнего времени организованную Медиа-союзом «Гильдию культурной журналистики». А уж под соусом авторитетности и статусности проглатывается всё, что бы эти звезды ни подготовили, — даже невнятная лягушка и бесконечные исторические параллели Максима Соколова.

Соображения престижа для человека, оказавшегося наверху, — мотивировка из важнейших, и в этом смысле некоторые «новые русские» аристократы пародоксально смахивают на помянутого Лапенковым советского «работягу», хотя у того право выбора было побогаче. Он знал величину Шекспира и Пушкина, но в своем кругу мог без них запросто обойтись и вел себя вполне непринужденно, а нынешней элите именно в собственной среде постоянно и вынужденно приходится играть роли. Банкир может предпочитать склонных к полноте дам бальзаковского возраста, однако на светских тусовках — современных ярмарках тщеславия — ему приличествует показываться в сопровождении юной и худой фотомодели. Или предпринимателю, предположим, хотелось бы, лузгая семечки, смотреть фильмы своей молодости, как это изображено в романе В. Золотухи «Последний коммунист», а по неумолимому протоколу придется следовать в оперу или на премьеру скучного Сокурова.

Зато именно эти обстоятельства позволяют связанным с качественной прессой представителям элитарной культуры становиться ее актуализаторами и агентами влияния в современном обществе, осуществляя тем самым своеобразное просветительство, и не столько, понятно, в среде «новых русских», сколько с помощью оплачиваемых ими изданий. Да, разумеется, такие газеты мало кто из среднестатистической публики берет в руки, но с ними, даже не соглашаясь, считаются «лидеры мнений», и через них — если не прямо, то опосредованно и многоступенчато (в соответствии с теорией П. Лазарсфельда)<sup>9</sup> — культурные приоритеты все-таки устанавливаются и внедряются в общественное сознание. Причем среди «лиде-

ров мнений» (а они наличествуют на всех уровнях — в столицах, регионах и в любой социальной группе) пока еще достаточно тех, кто принадлежит к интеллигентному слою.

Однако открывающимися возможностями потенциальных просветители распоряжаются расточительно. «Не парадокс ли, что журналист пишет о писателе? ... Нужны книги, а не статьи «о», — возмущался И. Бродский. Трудно согласиться со столь высокомерной оценкой, потому что искусство отнюдь не герметично. Критики-журналисты — именно популяризаторы по самой сути просветительского характера их прикладной публистики. В реальности же они всё реже смиряются с такой скромной функцией. Кое-кто, испытывая, видимо, комплекс неполноценности, сам амбициозно рвется утвердить себя среди художественной элиты, что невозможно по определению — по причине обозначенного нами с самого начала положения СМИ в системе культуры. И еще больше тех, кто, выставляя утраченного единого читателя (зрителя, слушателя) в качестве универсальной цели, связывают нынешние процессы дифференциации и дискретности в искусстве с враждебными поисками и злымя кознями. Только не способствует ли это дальнейшему культурному расслоению и обособлению?

Может, впрочем, возникнуть ощущение, что для последней части интеллигенции допустимо действовать, налаживая контакты с культурой массовой, также озабоченной проблемой широкого воздействия, популярности, а потому как будто бы социально близкой просветителям. Издавна пропагандируемая ими «народность» была почти неотличима от понятия «массовости». Одним из поздних лозунгов В. Маяковского было: «Вытряхнем / индивидуумов / из греческих ряс. / Иди, искусство, / из массы / и для масс» — и он же, знакомя комсомольцев с поэмой «Во весь голос», дважды подчеркнул свое намерение делать вещи так, «чтобы они доходили до возможно большего числа слушателей». Категорически не приемля искусства элитарного, пребывающего, как полагают просветители, в самоизоляции, на передний план эстетических добродетелей они выдвигали критерии «общениетересного» и даже «общепонятного». И все же не стоит поспешно ставить знак равенства между советским популярным искусством и массовой культурой. Их цели существенно различались: у первого это — идеологическое воспитание<sup>10</sup>, у второй — прибыль.

Однаково являясь порождением массового общества, они представляют два противоположные его варианта: модель тоталитарную (в идеале — патриархальную) и модель буржуазную (в идеале — демократическую). Подобные обстоятельства должны в большей мере учитываться сегодня интеллигенцией, поскольку они настоятельно требуют переосмысления ее собственных традиционных задач и методов — в том числе в СМИ.

Массам с незапамятных времен были, как хлеб, потребны и зрелища, причем не только представления обрядовые и театральные, но и представления реальные: бои гладиаторов, публичные казни, спортивные состязания. Цивилизация, научно-тех-

нический прогресс, разумеется, заметно модернизовали, усовершенствовали и многократно приумножили формы бытования и доставки исходного культурно-развлекательного продукта. Фольклор оттеснялся литературой, слухи — газетой, появлялись и стремительно распространялись лубочные картинки, кинофильмы, радиопередачи, телевизионные сериалы, причем в последних случаях совсем не обязательно стало владеть грамотой. Новые средства массовой коммуникации вначале заменили реальные зрелища отображенными, а затем научились делать доступным для многих и весьма отдаленное (демонстрации катастроф с любого конца планеты и т. п.), и самое интимное (например, в шоу, подобных «За стеклом»). Виртуальное всё чаще оказывается неотличимым от существующего (в частности, за счет обильных мистификаций), а действительное, напротив, легко мифологизируется.

Массовая культура опирается на архетипы человеческого существования, а точнее — на типажи, к которым с облегчением сводится любая индивидуальность и неординарность. Но иногда даже типажи упрашаются до инстинктов попросту первобытных. Именно поэтому в массовой культуре по-глобалистски легко стирается национальное своеобразие и именно поэтому весьма узок ее тематический круг: действие вращается вокруг обыденного и неизъяснимого, леденящих душу тайн жизни и смерти, столкновений добра и зла, острых перипетий судьбы и любви. Отсюда — одно из обозначений такой культуры как формульной<sup>11</sup>.

Узок — далее — и жанровый спектр (мелодрама, детектив, триллер, боевик, биография, историческое и фантастическое повествование), и жанровый формат (свое явное предпочтение кич отдает формам, продолжающимся чуть ли не до бесконечности — прежде всего роману и сериалу). И здесь опять-таки сказываются архетипическое, типажное постоянство, инстинкты изначальные и неискоренимые. Не только тривиальные жанры намертво привязаны к типажам и амплуа — рецептиенты тоже играют в процессе восприятия одну из заданных усредненным существованием социально-психологических ролей: «книжка гарантированно разойдется большим тиражом, потому что читатель желает и ждет новой встречи с лучшей частью своей натуры»<sup>12</sup>.

Безусловно, ближайшими родственниками и помощниками массовой культуры являются в потребительском обществе «желтая» пресса и телевидение<sup>13</sup>. Они не просто распространяют, подготавливают аудиторию к стереотипному восприятию и рекламируют изделия поп-искусства, но и доводят их до крайнего предела (в тех же, например, реальных шоу). Вообще, из культурной сферы таблоидная журналистика постоянно норовит выпрыгнуть в жизнь: гораздо чаще произведений обсуждаются здесь бытовое поведение, брачные союзы, внебрачные дети и гонорары «звезд». Хотя, впрочем, интерпретация такова, что конкретное лицо обязательно превращается в миф.

В целом функции СМИ (особенно прессы) гораздо разнообразнее, дифференцированнее, ведь они

нацелены на реагирование оперативное, предполагают конкретную актуализацию текста и обращены скорее к групповому, нежели к собственно массовому сознанию. Однако в последнее время все очевиднее торжество журналистики развлекательной, так называемого «инфотейнента».

Привычно-непрятательным чтивом стали многие газеты, в которых сообщения строятся по кич-стандартам: не только сенсационные репортажи, но даже заметки выглядят как свернутые фабулы то мелодрам, то детективов, то триллеров, а то и полностью напоминают собой анекдоты. Иные же информационные и даже аналитические программы телевидения безусловно похожи на «мыльные» оперы. В сценических труппах подобных передач обязательно есть свои злодеи и жертвы, супермены и детективы, добродетельные отцы семейства-Отечества и мерзостные вампиры. Их подлинные имена могут меняться и меняться, однако новость в данном случае — всего лишь аналог интриги, тем более что некоторые сенсации, скандалы и провокации организуются репортёрами собственноручно. Понятно, что факт при этом превращается в фальшивку. Но по-своему спроектированы на прерогативные особенности СМИ и популярные художественные жанры: они умело работают с современными реалиями и в этом смысле почти всегда мобильнее шедевров высокого искусства. А потому не удивляет взаимозаменяемость аудитории бульварной журналистики и тривиальной культуры — в сущности, это одни и те же люди.

Современные СМИ переполнены сплетнями и слухами, материалами, не обеспеченными ни истинностью, ни действенностью. Это как будто бы однозначно и неуклонно должно вести к утрате популярности печатных и электронных масс-медиа в качестве источников информации. Однако, видимо, массовое сознание и не особенно возражает, когда им манипулируют. Обеспечение населения адекватной, неангажированной и нетривиальной информацией всегда считалось приоритетной задачей СМИ. Но в реальности, о чем свидетельствуют и исторический опыт поколений, и наблюдения самые свежие, далеко не многим суровая и непривычная правда оказывается по вкусу. Охотнее потребляется информация менее, чем более притягательная, и скорее достоверная, чем подлинная.

В современной журналистике после кратковременного периода, когда начали было ценить способности быстро отыскивать новости, опять поднимаются акции чисто масскультурной мастеровитости — умения увлекательно подать материал и слепить образ — именно как образ. Массовые культуры и пресса фактически исключают авторство как личностную акцию, в определенной степени они анонимны (под давлением стандарта, а порой и в условиях разделения труда). Здесь коллективный производитель обращается к коллективному же потребителю. Тем не менее, подобная аудитория не абстрактна, напротив, она — величина досконально известная, расчисленная. Тривиальное искусство и бульварная журналистика самоопределяются через постижение собственных и потенциаль-

ных для любого СМИ, издательства, киноконцерна читателей, слушателей, зрителей. Поэтому никто не жалеет денег на изучение и обработку реципиентов, используя самые разнообразные методы видео- и издательского маркетинга, культуро- и медиаметрии – от традиционных анализа почты и анкетирования, а также рекламирования до исследований при помощи специальных датчиков, выявляющих рейтинги.

Таким образом, налицо сходный расчет на мгновенное усвоение и мгновенный успех: судьбы вчерашнего хита и вчерашней новости одинаковы. К тому же учтем, что кич и массовая журналистика очень часто соседствуют на одних и тех же страницах глянцевых журналов, на одних и тех же телевизионных каналах. И подобное происходило с момента зарождения популярных газет: напомним хотя бы, что именно здесь печатались романы-фельетоны Дюма-отца и Эжена Сю, сообщая изданиям дополнительную притягательность.

А вот реакция образованного общества на МК в квадрате была прежде куда более определенной и единой, чем сегодня. Положим, Некрасов, мечтая, вроде бы задавался вопросом, «Когда мужик не Блюхера И не милорда глупого – Белинского и Гоголя С базара понесет?», однако на протяжении полутора столетий просветители, хорошо различая реальные эстетические предпочтения народа, продолжали воспринимать их исключительно как новую « власть тьмы », а потому неуступчиво и последовательно разоблачали продукцию массового, безусловно профанного для них, искусства, заодно утверждая собственные ценности и цели.

Сейчас, в эпоху массированного и агрессивного наступления тривиальной культуры и бульварной журналистики, интеллигенция пребывает в явной растерянности. Новая «сдача и гибель интеллигента» (А. Беллинков) происходит не столько в результате слияния с властью, сколько в процессе поглощения образованности рынком. Некоторые потеряли себя, утонув в нем, стремительно опошлившись вместе с остальными. Об этом варианте современных ионичей пишет Б. Дубин: «Все последние семь-восемь лет происходит сближение вкусов более подготовленной и менее подготовленной публики, общая массовизация культурного досуга»<sup>14</sup>. И вот уже Егор Яковлев, недавний редактор «Общей газеты», говорит: «Надо развивать вкус. Но это еще не повод, чтобы пренебрегать уже сложившимися вкусами. Идти на поводу у масс – в этом иногда, честное слово, нет ничего предосудительного». Деньги, слава, мода оказались не менее созлазнительными, чем власть духовная и политическая. И такая позиция получила недавно симптоматичное идеолого-эстетическое оправдание: казуистически смягчая понятия («Не потакать вкусам, а отвечать им – вот лозунг новой народности»<sup>15</sup>), М. Загидуллина назвала распространение массовой литературы не просто достойной для интеллигента задачей, но – ни много ни мало – подвижничеством, «хождением в народ-2».

Прямо противоположно толкует «дело интеллигии» другая отодвинутая на обочину ее часть, ко-

торая, напротив, ни на йоту не желает поступаться принципами и идеалами. Именно отсюда слышится до смешного предсказуемое: «Русскую критику съел Чубайс. Фактически нас лишили возможности методично и целенаправленно работать на ниве народного просвещения» (Литературная газета. 2003. № 28. С.7). Далее в ход идут призывы установления цензуры – нравственной и даже православной, сугубо охранительной. А ведь последствия ее былого давления до сих пор отзываются у простых людей нервным тиком, виноватой оценкой своих увлечений непритеязательными произведениями. Социолог рассказывает о проведенном ею на московских вокзалах блиц-опросе провинциалов, которые стыдливо прятали продукцию масс-культя и тут же одинаково оправдывались – приблизительно так: «Ну, это я только сегодня, я жду поезда, я только сейчас это купила, а вообще я люблю Чехова» (Огонек. 2002. № 10. С.42).

Есть, однако, опасение, что упретое насаждение исключительно собственных вкусов угрожает интеллигентам иной, нежели опошление, но тоже серьезной напастью – глухим консерватизмом, фатальным выпадением из современности. Причем Б. Дубин полагает, что это напрямую связано с пренебрежением к массовой культуре как возможному способу адаптации населения к переменам<sup>16</sup>. Поведение интеллигентов-ретроградов высокомерно и еще – недальновидно, как и наивные надежды некоторых из них на то, что поп-культура отживет, поскольку надоест (см.: Знамя. 2003. № 3. С.237). Массовое искусство можно ведь, наверное, понимать и так: это какое-никакое, а все-таки приобщение масс к художественной культуре. И СМИ не способны (даже если бы хотели) уклониться от участия в этом процессе, поскольку, по словам Е. П. Прохорова, «именно журналистика, благодаря широкому развитию системы каналов передачи информации, делает культуру доступной для самых широких кругов»<sup>17</sup>. Другой разговор, что, совершая это, периодика, радио- и телевещание скорее усугубляют сейчас «бедствие среднего вкуса», нежели осознают собственную ответственность и активно противостоят расползающейся речевой и эстетической полуграмотности.

Вряд ли всем этим озадачиваются сами массовые СМИ. Их просветительский потенциал вообще сравнительно невысок и неширок (юридические справки, врачебные консультации и т. п.), а рецензирование тривиальных произведений в бульварной прессе заведомо осуществляться не может – они здесь лишь рекламируются. Но архаично и выглядит конвойное просветительское сопровождение массовой культуры в СМИ. Нетрудно ведь удостовериться, что круг слушателей симфонического оркестра и влияние его интерпретаторов на радио или телеканале «Культура» крайне ограничены. Постепенно это (чаще всего с грустью) осознается интеллигенцией.

Видимо, уходят в прошлое времена, когда массовую культуру весьма неохотно выпускали в свет и уничижительно именовали второсортной продукцией. Теперь даже в солидных изданиях можно то и дело встретить написанные вслед Г. К. Честертону статьи

«в защиту «дешевого чтива», которые отстаивают права широкой публики и признают неизбежность свободного оборота подобных произведений в демократическом обществе.

Интеллигенция явно утратила свое былое превосходство по номинации культурного ориентирования людей. В условиях существенного социального расслоения она перестает быть самостоятельной силой, частью элитарно обособившихся, частью обурожившихся, а частью слившихся с массовкой. Но и те, кто поддерживает собственные традиции, не должен их просто консервировать. Этим и объясняется возникающий подчас интерес к новым культурным явлениям — прежде всего массовым — без чего, пожалуй, просветительство сегодня несостоит.

Сложность его положения заключена в том, что самоопределяться интеллигенту приходится в условиях конкуренции, культурного разноречья, которое, кажется, граничит с хаосом. Куда как легче было вроде бы действовать в советские годы, когда утверждение хрестоматийной классики относилось к разряду единой государственной политики. Действительно, это ограждало людей от продукции самого низкого пошиба. Однако нередко в результате назойливого и повсеместного распространения официальные шедевры сами превращались в кич: репродукции передвижников перекочевывали из «Огонька» в залы провинциальных привокзальных ресторанов, а пушкинские или некрасовские строки становились газетными штампами. Вместе с тем за пределами медиа-гласности оставалось множество культурных фактов: современный фольклор, отечественный андеграунд, искусство русской эмиграции. Всё это по большей части было неизвестно и самим советским журналистам, и лишь в особых случаях облеченные доверием в спецхраны допускались, чтобы написать затем фельетон или пасквиль.

Нынешняя культурная ситуация — напомним — характеризуется существенным расширением художественного пространства и его дискретностью, раздробленностью. Тогда, может статься, каждому (социальной группе, народности, поколению) надо просто довольствоваться своим, пребывать в наиболее адекватной для себя культурной нише, а остальных — просто не задевать? Подобный вариант замкнутого, спокойного и равнодушного существования есть и у современной интеллигенции. Успешно работает с 1997 года телеканал «Культура» с такими яркими передачами, как «Графоман», «Театральная летопись XX века», «Провинциальные музеи», «Уроки русского», и этот канал ни в чем уж, конечно, не уступает ностальгически вспоминаемой иногда второй, культурно-просветительской, программе Центрального телевидения 70-х годов. Разумную и достойную издательскую политику проводит российский Фонд культуры. Выходят просветительские журналы о музыке; популяризируется — подчас очень живо и занимательно — классическая живопись; обозреваются театр и кино высших достижений, причем интересны они не только газете «Культура». Всё это можно расценивать как возможные предложения здоровой духовной пищи.

Однако занимающиеся подобной работой непосредственно и буднично, к чести своей, в основном, далеки от того, чтобы воспринимать сложившуюся ситуацию как идиллическую, а тем более от того, чтобы прятаться за частоколами такой идиллии. Часть интеллигенции старается наладить диалог с обществом. Ведь помимо заполнения пустот в представлении об искусствах, просветительство предполагает ценностное ориентирование населения. Вот почему, в частности, так обеспокоено и настойчиво говорят у нас о слабости художественной критики в СМИ и о необходимости возвращения ее сюда.

Цель просветительской деятельности (включающей в себя и соответствующую журналистику) можно определить как овладение культурой, среди прочего предлагающее и воспитание вкуса. В своей повседневной жизни человек чаще всего склонен не столько перечитывать и пересматривать, сколько знакомиться с чем-то новым: фильмами, книгами, спектаклями — и ему неплохо бы заранее обзавестись надежными критериями, выработать иммунитет против пошлости. Именно поэтому возрастают значение и ответственность школьных учителей литературы, мировой художественной культуры, а также просветительских (часто методических) изданий, адресованных, в первую очередь, им. И надо сказать, в этой сфере появляется в последнее время немало интересного и полезного. Педагогические газеты (например, «Первое сентября» с его многочисленными приложениями) и журналы пытаются — и нередко с успехом — уравновешивать современное и вечное, популярное и непреходящее. Постепенно повышается и качество периодики данного типа, ее издательская культура.

Есть амбиции лидерства, но есть и бремя лидерства. Авторитет просветительской журналистики сегодня — это авторитет, который основан не на полученной от властей привилегии диктовать эстетические правила и тем более не на призывах к государству вернуться в культурную сферу хозяином, — такое реноме ежедневно должно поддерживаться собственным поведением наставника, его личной безукоризненностью. Имеем ли мы перед собой обнадеживающие примеры? Пожалуй, так. Но, к сожалению, подобный культурный стоицизм почти сопровождается подчеркнутой старомодностью, футлярной этикетностью, религиозной истовостью в отношении великих. В современной просветительской среде хорошим тоном считается канонизация классики. Например, директор Института русской литературы РАН Н. Скатов недавно высказался таким образом, что «школьная литература <...> может и должна сосредоточиться только на классике» (Литературная газета. 2002. № 11. С.3).

Однако триумф консервативной политики не просто лишает культуру как норму энергии развития, кроме того, культура превращается в куль — со всеми возможными побочными и вместе с тем непременными эффектами. Именно культовыми являются национальные классики и для массового сознания, которое склонно, расшибая свои лбы, поклоняться кумирам. Но одновременно и не доверять самой возможности божественного вознесения смертных лю-

дей. Поэтому оно с удовольствием смакует любой намек на собственные подозрения. Феномен известен давно – вспомним письмо Пушкина Вяземскому: «Толпа жадно читает исповеди, записки etc., потому что в подлости своей радуется унижению высокого, слабостям могущего. При открытии всякой мерзости она в восхищении». И этот инстинкт подглядывания с пушкинских времен мало что не изжит – масса любопытствующих лишь увеличивается в геометрической прогрессии, втягивая в себя даже тех, кому полагалось бы общество просвещать<sup>18</sup>.

Попадая на страницы периодики или на телеэкран, проблематика высокого творчества неизбежно оказывается в положении витязя на распутье: направо пойдешь, исполняя культуртрегерскую миссию, – можешь утратить внимание аудитории; налево своротишь – и наверняка будешь, развлекая, мифологизировать, упрощать и опошлять. Это еще когда А. Ахматова писала: «Даже вечное искусство Нынче как-то налегке» – сегодня ее слова звучат и вовсе аксиоматично, потому что чаще всего наблюдается в СМИ разворот как разлевый. Некоторые издеятелей средств массовой информации делятся, к примеру, такими сокровенными планами: «Я бы сделал журнал, весь построенный на фантазиях, как женские романы или мексиканские сериалы. Здесь было бы место для политики, экономики, историй из жизни звезд, лав-стори, криминальной хроники. Представь, каждый месяц читатель получает взаправдашнюю мыльную оперу из множества серий, с огромным количеством героев. Посадим несколько писателей, несколько фотографов и начнем определять жизнь и ее явления» (Огонек. 1996. № 23. С.80). Впрочем, вскоре оказалось, что и не столь уж несбыточна эта мечта: подобных журналов мы видим теперь вокруг в достатке.

Правда, потенциально остается, как всегда, и третий путь – попытки популяризировать, не лакействуя; постигать тот чудодейственный процесс, в котором из бытового сора вырастают духовные шедевры. Однако в сегодняшних условиях подобная возможность выглядит как никогда проблематично. Вольно соглашаться с пушкинским (из того же письма Вяземскому): «Врете, подлецы: он и мал и мерзок – не так, как вы – иначе» – вопрос, как разубедить в этом «глотателей пустот, читателей газет» (М. Цветаева)?

В условиях вавилонского смешения культурных языков, постмодернистского и интернетовского беспредела, утверждаемого подчас весьма агрессивно, необходимы не столько защитники традиций и сувениритотов, но и переводчики, tolmachi – в частности, посредники между элитами и массами. В равной степени противопоставить себя и унифицирующей агрессии масс, и яростной самозаштите элит может только развитая культурная коммуникация. Существенно важно, чтобы формировался, по удачному выражению А. Архангельского, «общедоступный взгляд на «высокую» культуру» (Известия. 1999. 27 ноября. С.7). Ее просветительская журналистика способна представить насущно необходимой, а прочие СМИ – престижной<sup>19</sup>.

Просветительство движимо пафосом восстановления связей, преемства и сотрудничества. Журнали-

стика – феномен не только социально-политический, но и социокультурный, и в этом качестве она имеет дополнительный, хотя и слабо востребованный ресурс. Речь идет о конвергенции качественной и массовой прессы, которая столь же возможна по аналогии, как и наметившаяся конвергенция элитарного и массового искусства<sup>20</sup>.

О последнем, ввиду общей темы этой статьи, поговорим подробнее. Первоначальное резкое размежевание искусства 90-х годов на «чтиво», «мыло», «плосу», с одной стороны, и философскую поэзию, авторское кино и симфоническую музыку, с другой, видимо, потихоньку сходит на нет. Но совсем не потому, что уже сбылись экономические проекты кое-кого из высоколобых и деньги на умные книжки исхитрились получать в виде налога с неумных. Всё проще: рождается тип читателя (и зрителя) «нового века – представителя среднего класса, не потерявшего вкуса к чтению и не желающего читать ни элитарную, ни массовую литературу» (Известия. 2002. 12 ноября. С.10). И рождается категория произведений доступных, но отнюдь не заурядных, вроде интеллектуальных фэнтэзи Пелевина, интеллектуальных детективов Акунина или телевизионной версии романа «Идиот». Именно здесь кое-кто из специалистов склонен находить ядро завтрашнего мейнстрима<sup>21</sup>.

Нам уже приходилось говорить, что в мировом искусстве всегда наблюдались тенденции взаимодействия «верх» и «низ», в том числе не только опошлявшего творения самых значительных художников, но и обогащавшего их. Это как национальный язык, которому необходима норма, но который не способен развиваться, не выходя за ее пределы, не черпая из резервов разговорной речи и не перерабатывая их. Кроме того, можно выделить некую срединную область, где располагаются произведения, явно устремленные к популярности, но достигающие ее без потакания дурновкусию. Допустимо же, вероятно, предполагать, что наиболее объемным является искусство не приземленное, но и не абсолютно воздушное, а то, у которого есть и земля, и небо.

В литературоведении такая область чаще всего именуется беллетристикой. По определению В. Е. Хализева, «это литература «второго ряда», необразцовая, неклассическая, но в то же время имеющая неоспоримые достоинства и принципиально отличающаяся от литературного «низа» («чтива»)<sup>22</sup>. Для нас важно будет заметить, что основная интенция создателей беллетристики и их вдохновителей, среди которых такие бесспорные классики, как Руссо, Л. Толстой, Т. Манн, – антиснобистская. Последний, в частности, «утвержал, что элитарно-замкнутое искусство его эпохи со временем попадает в ситуацию «предсмертного одиночества». И выражал надежду, что будущие художники освободятся от торжественной изоляции: искусство уйдет «от пребывания наедине с образованной элитой» и найдет пути «к народу».

Но срединная форма культуры дистанцируется и от массового искусства, от присущих ему упрощения, вульгаризации, трафаретности, эскализма. Последнее означает бегство от жизни и сопровождается мифот-

ворчеством, псевдореалистичностью. Беллетристика, напротив, идет навстречу современности, встречает ее жару и «стужу грудью» (А. Блок), и в этом она смыкается с журналистикой. Как замечал М. М. Бахтин, «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. Именно в этой сфере возможно «собственное слово»<sup>23</sup>.

Впрочем, подобным образом можно охарактеризовать далеко не всякого представителя СМИ. К примеру, прессы массовая – и не только по признаку эсказизма, но и по отношению к фактам, а также по своей стереотипности – гораздо ближе не к такой журналистике, а как раз к массовой культуре. Беллетристике же, где познавательный интерес нередко превосходит эстетический<sup>24</sup>, родственны СМИ традиционного типа – причем не только просветительские, но и так называемые популярные. К последним относятся издания вроде «Аргументов и фактов», «Огонька», «Новой газеты», некоторые теле- и радиопередачи, в особенности очеркового и исповедально-консультативного жанра. И если специализированная и качественная пресса сориентирована на научную и бизнес-элиту, если коллективный производитель массовой культуры и смыкающейся с ней развлекательной журналистики обращаются к коллективному же потребителю, то беллетристика, просветительские и популярные СМИ допускают читательско-зрительскую многолюдность, но одновременно надеются на адекватность понимания, проникновенность. Надежды связываются с человеком, в чем-то близким героям и автору, или на завоевание союзников, их сопереживание и соразмышление.

Для такого искусства и такой журналистики характерно стремление к синтезу насущного и коренного, проблемного и увлекательного. Однако достичь подобного единства весьма непросто – слишком уж легко подменяется оно эклектикой. Исследователь средств массовой коммуникации В. М. Березин находит в сегодняшнем эфире «процессы проникновения элементов массовой культуры (рок-, поп-музыки в музыкальном оформлении; кича – в изобразительных и пластических решениях; стеба, сленга, жаргонизмов – в речевой коммуникации) в передачи, рассчитанные прежде всего на элиту и, наоборот, политической зауми, не лучших адептов зарубежного постмодерна, научной эквилибристики – в массовые передачи. Наблюдается своеобразная диффузия, порой симбиоз, но чаще – коктейль элитарности и масковости»<sup>25</sup>.

В начале XX века, в период стремительного распространения капиталистических отношений, социальных катаклизмов, революций, особенно много писали о поведении и психологии толпы, «восстании масс» (Г. Лебон, Ортега-и-Гассет и другие). И надо сказать, что масса рассматривалась тогда интеллигенцией как потенциальный интеграционный ресурс. К концу столетия структура общества в большинстве

цивилизованных стран изменилась: из монолитно массовых они превратились в демократические – стратифицированные, многополярные, плюралистичные. Естественно, что это заметно усложняет выполнение просветительских программ.

Для нас это особенно существенно, поскольку на путь движения от общества массового к демократическому встала сравнительно недавно и Россия, в том числе ее культура и ее журналистика. Современный автор пишет, что «многомерная культура содержит бесконечное множество уникальных субкультур, которые являются открытыми, неисчерпаемыми во времени и пространстве»<sup>26</sup>. Открытость и позволяет рассчитывать на возможный диалог культур, в том числе в средствах массовой информации. Искусство здесь социализируется, более того, по словам одного из исследователей, существенно влияя на распространение культурных ценностей, журналистика является «в определенной степени и их генератором»<sup>27</sup>.

По наблюдениям социологов СМИ, современные журналисты достаточно пренебрежительно относятся к культурному уровню собственной аудитории<sup>28</sup>. И то же самое можно сказать о деятелях массовой культуры – чего стоит одно только цинично-запоминавшее высказывание Б. Алибасова о том, что «пипл всё схавает». А в итоге это выливается в бесперебойное удовлетворение тех потребностей, которые столь цинично занижаются. Конечно, публика и сама провоцирует. К примеру, нежеланием получать из газет и с телезрока проблемы, которыми, мол, изобилует окружающая реальность. Так что скорее всего ответственность за состояние современной культуры и аудитории и журналистики обобщена. Как говорил по весьма сходному поводу М. М. Бахтин, «поэт должен помнить, что в пошлой прозе жизни виновата его поэзия, а человек жизни пусть знает, что в бесплодности искусства виновата его нетребовательность и несерьезность его жизненных вопросов»<sup>29</sup>.

Обстоятельства и соблазны рынка, потребность у некоторой части интеллигенции повысить свой социальный статус порождают подчас справедливые оправдания, а также призывы – учитывать динамические изменения современности. Но стоит прислушаться и к предостережениям. Политолог Б. Кагарлицкий вовремя напоминает, что интеллигенция в России старше буржуазии. Сегодня же, по его мнению, дилемма такова: либо образованные люди должны смириться с тем, что образование им не нужно, и морально девальвировать его значимость, либо они должны попытаться переделать общество так, чтобы оно начало испытывать в них потребность<sup>30</sup>.

Цивилизация вышла на тот уровень, когда развитие техники и управление ею должны обязательно корректироваться культурой. Люди в сегодняшнем мире всё более разобщаются и всё чаще враждуют: человечество втянуто в пучину экологических и техногенных катастроф, межнациональный конфликтов и войн. В этих условиях роль культуры резко возрастает, недаром одну из важных ее составляющих – филологию – С. С. Аверинцев удачно назвал «службой **понимания**». Ее задача, по словам ученого, состоит в том,

чтобы «понять *другого* человека (и другую культуру, другую эпоху), не превращая его ни в «исчислимую» вещь, ни в отражение собств. эмоций»<sup>31</sup>. Не хлебом единым жив человек, и не только ядерный потенциал, добыча нефти или строительство городов подымает честь державы и ее граждан — культура, как писал в одной из самых последних своих статей Д. С. Лихачев, «дает свой невидимый «доход» в виде уважения со стороны других государств, роста нравственности, любви к своей стране, упорядочения общественной жизни» (Литературная газета. 1994. № 15. С.3).

## **Примечания**

1. Овсянникова-Куликовский Д. Н. История русской интеллигентии: В 3 ч. // Собр. соч.: В 9 т. Т.7. С. 125.
2. «Сочетание искусства и публицистики, это кардинальное свойство СМК, объединяет художество с огромной сферой массовой информации, пропаганды и просвещения» (Средства массовой коммуникации и современная художественная культура: Становление средств массовой коммуникации в художественной культуре первой половины XX века. М., 1983. С. 273).
3. Лапенков В. Форматирование андеграунда // Звезда. – 2002. - № 1. – С. 198.
4. Гинзбург Л. Выбор темы: Из записей 1920 – 1930-х годов // Нева. – 1988. - № 12. – С. 139.
5. Лапенков В. Указ. соч. С. 201.
6. См.: Лотман Ю. М. Избранные статьи: В 3 т. – Таллинн, 1992. – Т.1. – С. 246.
7. Там же. С. 45.
8. Лапенков В. Указ. соч. С.198.
9. См. об этом: Яковлев И. П. Теория массовых коммуникаций: структурный анализ // Средства массовой информации в современном мире: Материалы межвузовской научно-практич. конференции (24–25 апреля 2002 г.). – СПб., 2002. – С. 180; Щепилова Г. Г. Модификация теории о двухступенчатой информации // Журналистика в 1998 году: Тезисы научно-практич. конференции. – М., 1999. – Ч.III. – С. 10-12.
10. См. об этом, к примеру: Добренко Е. Формовка советского читателя. – СПб., 1997.
11. См.: Кавелти Дж.Г. Изучение литературных формул // Новое литературное обозрение. – 1996. - № 22. – С.33-64.
12. Славникова О. Супергерои нашего времени // Знамя. – 1998. -№ 12. – С.165.
13. В некоторых наших газетах можно наблюдать занятное соседство рубрик «Культура» и «Телевидение», как бы подчеркивающее четкое отграничение второго от первой.

14. Дубин Б. Слово — письмо — литература //Очерки по социологии современной культуры. – М., 2001. – С.351.
15. Загидуллина М. «Новое дело» интеллигенции, или Хождение в народ-2 // Знамя. – 2003. - № 8. – С.192.
16. См.: Дубин Б. Указ. соч. С.338-339.
17. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. – 2-е изд. – М., 1998. – С.64.
18. Подробней см., напр.: Страшнов С. Л. Марина Цветаева в современной периодике: информация и деформация // В сб.: Константин Бальмонт, Марина Цветаева и художественные искания XX века. – Иваново, 1999. – Вып. 4. – С.182-188.
19. К сожалению, на протяжении 90-х годов общий интерес журналистов к «распространению культурных, духовных ценностей» неуклонно снижался — об этом, опираясь на результаты социологических опросов, писали, например, Л. Г. Свитич и А. А. Ширяева — см.: Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Журналистское образование: взгляд социолога. – М., 1997. – С.127.
20. Об этом процессе говорят сейчас многие. См., к примеру: Ловкова Т. «Массовое» и «элитарное» в картине современного чтения // Звезда. – 1996. - № 12. – С.226; Чупринин С. Нуевые годы: ориентация на местности // Знамя. – 2003. - № 1. – С.189.
21. См.: Дубин Б. Литературная культура сегодня: Социальные формы, знаковые фигуры, символические образцы // Знамя. – 2002. - № 12. – С.183.
22. Хализов В. Е. Теория литературы. – М., 1999. – С.132.
23. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М., 1979. – С.356-357.
24. См. об этом: Гурвич И. Беллетристика в русской литературе XIX века: Учебное пособие. – М., 1991. – С.56-60.
25. Березин В. М. ТВ-коммуникация и диффузия элитарной и массовой культур // Журналистика в 1998 году: Тезисы научно-практической конференции. – М., 1999. – Ч.III. – С.23.
26. Ловкова Т. Указ. соч. – С.225.
27. Хорольский В. В. Культурология и журналистика: принципы взаимодействия // Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий. Материалы научно-практической конференции 15, 16 мая 2001 г. – Воронеж, 2001. – С.49.
28. См.: Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Указ. соч. – С.187, 193.
29. Бахтин М. М. Указ. соч. – С.5.
30. См.: Кагарлицкий Б. Навстречу «органическому интеллектуалу» // Художественный журнал. – 2000. - № 30/31. – (<http://www.quelman.ru/hz>).
31. Аверинцев С. С. Филология // Литературный энциклопедический словарь. – М., 1987. – С.468.

г. Иваново.



## **В. И. Золотарев**

# **У истоков воронежского телевидения**

(воспоминания главного режиссера)

Утром 7 мая 1954 года председатель радиокомитета Всеволод Владимирович Климов направил меня (тогда редактора литературно-музыкальных передач радио) во Дворец пионеров, что на улице Карла Маркса, за репортажем о выставке, посвященной Дню радио. На выставке должен был осуществиться прием телепередач с завода «Электросигнал». И точно, у знаменитых тогда электросигнальских телевизоров КВН-49 толпились люди. Транслировались телефильмы. Качество телевидения было превосходным. Но особого восторга не было. Мало ли, что показывают на выставках! Однако задание нужно выполнять. У меня был с собой репортажный магнитофон «Днепр-8». Чтобы молодые радисты могли сравнить его с современными «Репортерами», напомню, что кассеты с лентой мотались от пружинного завода, а перематывалась лента при помощи... указательного пальца. Взяв два интервью, я отправился в радиокомитет на Мясную гору, 22.

Суть моего репортажа была такова: группа молодых инженеров «Электросигнала» во главе с пожилым, но удивительно энергичным человеком Иваном Георгиевичем Квасовым много дней, не за деньги, а за великую любовь к техническому прогрессу и родному Воронежу переделывала устройство для проверки телевизоров в миниатюрный передатчик. «Телемост» был проложен от завода «Электросигнал» до Дворца пионеров, правда с односторонним движением, только в сторону Дворца. Студийного павильона на заводе не было, и поэтому показывались только кинофильмы.

Дальше произошло то, что бывает довольно редко. Показанное на выставке стало быстро воплощаться в жизнь. Воздадим должное неуемной энергии И. Г. Квасова и «отцам» города и области. Нажимая где на сознательность, а где применяя столь распространенный тогда административно-командный стиль, власти добились того, что уже к концу 1954 года (менее чем за полгода!) был готов малый телецентр.

В доме на углу проспекта Труда и Московского проспекта выделили несколько комнат для аппаратных, во дворе установили 50-метровую башню с антенной. Радиус приема сразу увеличился. Нас стали видеть и в близлежащих районах.

Студийных камер по-прежнему не было, и мы показывали кинофильмы. А моя «режиссура» сводилась к тому, чтобы, записав на радио голос диктора Галины Шипиловой, прокручивать за кадром объявления о том или ином фильме...

Итак, вопреки самой природе телевидения — открывать человеку мир, показывать события нашей повседневной жизни, вторгаясь в нее в момент совершения события, — мы вынуждены были ограничиваться демонстрацией кинофильмов. Надежды на то, что кто-то даст любительскому телецентру камеру, было мало, да и телецентров-то насчитывалось тогда в стране четыре-пять, не более. И тогда под руководством все того же неуемного Ивана Георгиевича Квасова была сделана передающая камера. В это теперь трудно поверить, но так было. Ввод ее в эксплуатацию приурочили к открытию XX съезда КПСС. Это был действительно исторический съезд, на котором был разоблачен культ личности Сталина. Начиналась хрущевская «оттепель».

Студийная камера — это уже что-то значило! В бывшей кухне установили светильники, микрофон и камеру. Камера была почти неподвижна, поэтому прибегали к внутреннему монтажу путем перемещения действующих лиц перед камерой. Количество людей не должно было быть больше четырех. Впрочем, поначалу была только Галина Шипилова — первый диктор Воронежского телевидения. Она обладала превосходным голосом, была привлекательна и любила одеваться несколько опережая моду. По этой причине меня как секретаря комсомольской организации однажды вызвали в горком комсомола и строго спросили, почему Шипилова ходит по городу в брюках? На мое счастье, в тот день «Комсомольская правда» поместила большую статью, из которой следовало, что брюки представительницам прекрасного пола носить не возбраняется. Я показал номер «Комсомолки», и меня с миром отпустили.

И все-таки в своей студии мы умудрялись делать передачи. Выступали рабочие, колхозники, артисты, ученые. Среди первых «выступающих» были: мастер депо, рационализатор В. С. Олефир, писатель В. И. Петров, артист Н. И. Варшавер, ученый и известный шахматист В. П. Загоровский. Кстати, для выступления Н. И. Варшавера пришлось впервые применить фонограмму. Пианино у нас не было, да и куда его в кухне поставишь...

Однако время шло, кроме энтузиазма нужна была и повседневная будничная работа. Уже строился нынешний телецентр, но до ввода его в эксплуатацию было еще далеко. Председатель радиокомитета В. В. Климов уже несколько раз побывал в Москве, доказывая необходимость создания на базе малого телецентра профессиональной студии телевиде-

ния. Его поддержал начальник областного управления связи М. С. Поляков. Обслуживать телецентр становилось все труднее. Штата не было. Часть работников числилась на заводе «Электросигнал», часть – в управлении связи, а мы с Галей Шипиловой – в комитете. Добрейший И. Г. Квасов, заметив, что мы надолго задерживаемся по вечерам, выхлопотал для нас полставки в управлении кинофикации. Кстати, туда же «радиозрители» (странный теперь звучит?) платили абонентскую плату за пользование телевизорами, которая принималась в кассе кинотеатра «Спартак».

Летом 1956 года из Москвы приехал известный знаток телевидения инженер Сальман. Он был поражен техническим качеством студии и объявил, что телецентр можно принять в эксплуатацию в качестве профессионального. И вот в начале декабря 1956 года В. В. Климов после долгих переговоров в Москве привез первое штатное расписание.

И теперь я хочу рассказать немного о тех, кто стоял у самых истоков Воронежского телевидения. Начну с В. В. Климова, известного писателя, страстного журналиста, художника. Он пришел к нам на радио в 1947 году бравым майором с боевыми орденами. Его полюбили все и сразу – за простоту, за энциклопедические знания, за человечность, за редкую работоспособность. И когда В. А. Докукина назначили секретарем облисполкома в Липецк, никто не сомневался, что председателем комитета станет Всеволод Владимирович. Он не приказывал, он просто вежливо просил, но не выполнить его просьбу было невозможно. За советом по любому вопросу тоже шли к нему. Его умение рисовать пригодилось на телевидении. Он был нашим первым художником.

Михаил Павлович Подвигин – фронтовой кинооператор, ставший телеоператором и положивший начало нашим теле- и кинооператорским группам. Потом к нему присоединились Зиновий Григорьевич Горчаков и Михаил Филиппович Докин.

Иван Тихонович Милеев, поначалу ассистент режиссера, был директором театра, да не угодил высоким чиновникам в Липецке. Старый театрал, умница. Ассистентом был меньше года. Естественно и заслуженно стал директором нашей студии.

Елена Владимировна Воротова – художник, само воплощение доброты, мастерства и трудолюбия.

Зоя Владимировна Белозорова – театральный режиссер старой добрых закваски. Она так ничего и не поняла в технике телевидения. Она поняла нечто гораздо большее – искусство телевидения, а это для режиссера превыше всего. Увы, и теперь еще есть чудаки, считающие, что достаточно выучить расположение кнопок на пульте – и режиссер готов...

Игорь Лазаревич Лазарев – редактор, потом главный редактор. Любовь к искусству была заложена у него в генах. Отец – Л. А. Лазарев – основатель театра оперетты в Воронеже, а мама – А. П. Алмазова – актриса оперетты. Игорь – прекрасный пианист, журналист. Стал кандидатом наук, преподавал в университете.

Георгий Васильевич Харчев – режиссер, выпускник ГИТИСа, пришел из театра драмы. Бывало скажет, глядя на сценарий: «Прожевать надо». И уж если Гоша «прожевал», то передача будет превосходной.

Галина Васильевна Бодренко. Мы вместе учились в ВГУ. Случайно встретив ее в 1957 году на улице, я предложил идти к нам. Так началась ее путь от помощника до режиссера высшей категории, заслуженного работника культуры России. Ни я, ни Галя не предполагали тогда, что через 30 лет мы станем мужем и женой.

Лия Петровна Гремицкая и Маргарита Ивановна Стюфляева. Ах, если бы всегда таких молодых талантливых редакторов посыпал телевидению Все-вышний!

Александра Ивановна Филатова свою скромную должность заведующей фильмотекой начала с поездки на трамвае в кинопрокат за фильмами. Удивительно мягкий, тактичный и принципиальный человек. Наверное, поэтому была бесменным членом партбюро.

Аркадий Владимирович Беспамятнов, директор радиоцентра, стал руководить и техническим персоналом студии.

Самые теплые воспоминания сохранились об Аркадии Николаевиче Соколове. Он работал над созданием малого телецентра еще на заводе «Электросигнал» с И. Г. Квасовым. А я помню его мальчиком-радиолюбителем из Дворца пионеров. Впоследствии он стал главным инженером телецентра. Это был типичный представитель когорты русских инженеров-интеллигентов с прекрасными знаниями, изысканной деликатностью, кристальной честностью. Он ходил в строгом костюме с галстуком, но в шкафу всегда висел наготове синий халат: Аркадий Николаевич неизменно оказывался там, где труднее.

Тем временем на малом телецентре шла реконструкция. Вот-вот должна была войти в строй большая студия. А. В. Беспамятнов собирался в Ленинград за настоящей телекамерой. Из Ленинграда на самолете к самому Новому году он доставил некое совершенство того времени – телекамеру КТ-5. Увы, «настоящая» камера никак не хотела состыковываться с самодельной аппаратурой, и Новый год пришлось встречать со старой камерой. Но зато была готова «большая» (40 квадратных метров) студия.

От секретаря обкома партии И. С. Смирнова последовала команда: на новогоднюю передачу пригласить симфонический оркестр, воронежский русский народный хор, хор лесотехнического института, артистов драмы и музкомедии (к музкомедии он был особенно не равнодушен), гарнизонный ансамбль песни и пляски и проч. На робкое возражение, что, мол, габариты студии не те, последовало заверение, что он сам приедет и всех расставит. Но приехал Вячеслав Павлович Усачев – заведующий отделом пропаганды обкома КПСС. Засучив рукава, он помог в организации новогодней передачи. Разумеется, больших коллективов не было, но передача получилась на славу. Даже с мультипликацией.

Конечно, далась нам новогодняя программа с трудом. После ее окончания наша крохотная постановочная бригада уселилась в студии на свернутый в рулон ковер. Несколько минут мы сидели молча. Это было радостное осознание пусты маленькой, но первой творческой победы. Я эти несколько минут помню и по сей день.

Потом И. Т. Милеев и М. П. Подвигин с помощью З. Г. Горчакова достали 35-мм камеру «Конвас-автомат». Лаборатории не было, пленку проявляли иногда в воинской части, иногда чуть ли не в ведре, а сушили в комнате. Разумеется, стоял дежурный, зорко смотревший, чтобы она не загорелась, а также – не идет ли инспектор пожарного надзора. Летом 1958 года мы с М. П. Подвигиным умудрились снять 40-минутный фильм о декаде воронежского искусства в Москве.

Поскольку не было еще трансляции из Москвы, мы показывали фильмы из кинопроката. Иногда это делалось способом «впереноску», то есть в кинотеатре идет фильм, после демонстрации первых двух частей их «хватают» и несут (везут) в студию. И вот однажды, когда до демонстрации фильма по телевидению оставалось минут 20, а его и в помине не было, пришлось принимать срочные меры. Позвонили нашим друзьям пожарным. Примчался ярко-красный «газик» с сиреной. На нем И. Л. Лазарев и отправился за фильмом. Привез первые две части и снова в путь. Когда подвели итоги года – удивились сами.

За 1958 год студия показала 570 передач, из них общественно-политических – 253, художественных фильмов – 312, собственных телепостановок – 5. В общественно-политических программах выступили более 500 человек. Вот вам и малый телекентр!

Между тем не по дням, а по часам рос большой телекентр. Проект был типовой, честно говоря, не очень хороший, не рассчитанный на перспективу. Но строители во главе со славным инженером Михаилом Дмитриевичем Какалия старались вовсю. Откуда им было знать, что еще потребуется помещение для радиокомплекса, кинолаборатории и видеозаписи, о которой тогда не знали.

В среду 24 декабря 1958 года, после окончания вечерней программы на малом телекентре, мы всем коллективом сфотографировались на память, а в пятницу 26 декабря в 19 часов 30 минут состоялась первая передача из нынешнего телекентра, что на улице Карла Маркса. Передача называлась «К боям за изобилие – готовы!»

Через несколько дней, как это ни странно, начались звонки телезрителей, отмечавших низкое качество изображения с нового телекентра. Впрочем, может быть, даже и не так странно. Аппаратуре тоже нужно было время «притереться». Естественно, нажаловались и в обком. Меня и А. Н. Соколова вызвали к Алексею Михайловичу Школьникову, тогдашнему первому секретарю. Заодно зашла речь о том, почему мы показываем старые фильмы. Конечно, мы сослались на прокат. «А ну позвать, кто у нас там в прокате сидит», – распорядился А. М. Школьников. Позвали. Тут же велено было показывать только но-

вые фильмы. Но волонтеризм до добра не доводит. С финпланом прокат вылетел в трубу... А нам по-прежнему стали давать старые фильмы, и в обком по этому поводу больше не вызывали.

С вводом в строй большого телекентра мы увеличили количество собственных постановок. Как жаль, что не было видеозаписи или хотя бы возможности синхронных киносъемок. Тогда сохранилась бы до наших дней, например, прекрасная работа Г. В. Харчева «Друг Кольцова» по сценарию Ю. Г. Семенова. Кольцова с блеском сыграл артист воронежского драмтеатра Степан Ожигин. Была сцена, в которой Кольцов плакал. И мы видели на экране, как по лицу актера катились слезы...

Интересна судьба автора пьесы Юрия Георгиевича Семенова. Это высоко образованный человек, работавший в МИДЕ, в совершенстве владевший китайским и английским языками. Бог весть, шпионом какой иностранной державы его посчитали, но он получил стандартные десять лет тюрьмы во вторую волну репрессий, в сороковые годы. 1956-й год принес освобождение. А китайский язык пригодился Юре и в Воронеже. Еще на малом телекентре он подготовил программу «Срединная, цветущая» совместно с китайскими специалистами, работавшими в то время в нашем городе.

Оказалось, что телевидению очень нужны писатели, а писателям – телевидение. Писатели получили возможность общаться с миллионной аудиторией, заниматься публицистикой. Много раз выступали у нас Г. Н. Троепольский, П. Н. Прудовский, И. В. Сидельников, О. К. Кретова, Ф. С. Волохов, Г. Г. Воловик... Превосходные пьесы писал специально для телевидения Г. А. Пресман.

В 1959 году мы впервые проводили конкурс на замещение вакантной должности диктора. Конкурс проходил с размахом. На одно дикторское место претендовали 200 представительниц прекрасной части народонаселения Воронежа. Поначалу у жюри была не очень сложная работа. Многочисленные участницы конкурса имели далеко не блестящие данные, к тому же большинство из них представляли работу диктора как сплошной праздник под сверкающими юпитерами. Однако несколько претенденток, оставшихся к 3-му туру, заставили жюри призадуматься. После долгих споров предпочтение было отдано Галине Юрьевой, впоследствии Пovalяевой. Думаю, что не ошибусь, если скажу, что воронежскому телевидению повезло. Природа щедро наделила Галию талантом общения и трудолюбием. В сущности цепь 20 лет она была не только и не столько диктором, сколько комментатором, работавшим на уровне Центрального телевидения, что и подтвердилось после участия ее во Всесоюзном конкурсе комментаторов. Галина Андреевна – одна из тех, кто стоял у истоков телевизионной журналистики.

Шли 60-е годы – время стремительного развития телевидения в СССР. Работало более ста программных телекентров. 16 июня 1967 года мы впервые вышли с 10-минутной программой о Воронеже на Центральное телевидение в передачу «Эстафе-

та новостей». Волнений было больше, чем достаточно – шутка-ли? Воронеж – на всю страну! Но вот включение состоялось, и комментатор «Эстафеты» Георгий Кузнецов сказал: «Да, воронежцы основательно заявили о себе». Радости нашей не было границ. А через какое-то время, собравшись у дверей аппаратной, мы ждали Гошу Харчева, чтобы встретить его аплодисментами после трансляции на всю страну великолепно поставленных им «Огоньков». И это не было самовосхвалением. Уже на другой день нас буквально завалили письмами, поздравлениями...

Конечно, «лавры» были далеко не всегда. Примерно в 1964 году на бюро обкома обсуждался первый полнометражный фильм о Воронеже «Наш город». Я был режиссером этого фильма. Честно говоря, шедевра не получилось, но Центральное телевидение приняло его к тиражированию, разослав копии по всем студиям. На бюро говорилось не о том, что есть в фильме, а чего нет. Наиболее горячие головы склонялись к взысканию, но В. П. Усачев заметил, что вполне достаточно творческого разбора. Пронесло...

Но вернемся к нашему содружеству с Центральным телевидением. В начале апреля 1968 года мы узнали, что будем участниками очень популярной тогда программы «Час Родины», интереснейшей прямой передачи с включением многих городов страны.

После долгого обсуждения наш спортивный журналист Владимир Семенович Затонский предложил показать заезд на глиссере известного спортсмена Владимира Слинькова. Водохранилища тогда еще не было, но был очень красивый весенний разлив реки Воронеж. Начальник завода имени Тельмана тяжело вздохнул: «Вы же мне целую смену сорвете: весь завод выйдет на Володьку Слинькова смотреть». На репортаж нам отвели три минуты. Разумеется, это был прямой эфир, никаких дублей не сделаешь в случае неудачи. Москва определила точность включения городов плюс-минус десять секунд. На предварительном селекторном совещании мы попросили точность плюс-минус 1 секунда, поскольку скорость глиссера около 150 километров в час, значит за десять секунд он пройдет примерно 400 метров, то есть может выйти из поля зрения. Кстати, это был наш первый выход на Интервидение и Евровидение. Все прошло хорошо.

Еще через некоторое время порадовали нас выходом на Центральное телевидение и Интервидение Г. В. Бодренко (режиссер), Г. А. Поваляева (ведущая), Н. М. Грязнов (редактор). Это была большая программа с экскаваторного завода имени Коминтерна. Кажется, впервые в деловую программу были на редкость удачно вкраплены номера великолепной художественной самодеятельности завода. Получилась яркая передача о заводе, о его коллективе, экскаваторы которого шагали по всему миру. «А какое у вас хобби?», — спросила Галина Поваляева у знаменитого директора завода И. П. Мищенко. «Экскаваторы», — был ответ. «Ну а помимо экскаваторов?», — не унималась Галия. «Экскаваторы», — то ли с гордостью, то ли с грустью сказал Иван Прокофьевич...

От копирования в искусстве толку мало. Одну из скучнейших сельскохозяйственных передач решили «разбавить» танцем. Участвовавший в ней агроном после нудного перечисления процентов выполнения и перевыполнения сказал: «А теперь я вам сплюшу». И сплясал... Долго еще потом студийные остро-слова состязались в оценке новой формы...

Теперь я расскажу о моих соседях, каждый из которых просидел со мной в одной комнате лет по семь.

Первый из них был Александр Львович Годник, главный редактор, человек блестящей эрудиции, добродушный и взыскательный. За глаза его называли «мудрый Годник». Действительно, если нужен был совет – любой, по работе или просто «за жизнь», – шли к Горднику. Полковник Годник прошагал всю войну, его миновали пули, но не миновали сталинские репрессии. По идиотскому доносу получил десять лет. Вклад в работу нашей студии, внесенный Александром Львовичем, трудно переоценить.

А потом моим соседом по комнате стал Александр Михайлович Хохлов. Окончил войну с отметками осколков, контузией и орденами, потом комсомольская партийная работа и телевидение – главный редактор.

Раздумывая о том, что бы сделать и нужно, и необычное, пришли мы с ним к мысли о серии программ «Под Воронежем у нас». Транслировались они из колхоза «Семилукский» на всю страну, а некоторые – на Интервидение. Видеозаписи у нас еще не было, и поэтому все 12 программ шли непосредственно в эфир. Нашиими соавторами были тогдашний председатель комитета Михаил Яковлевич Шишлянников и собкор Центрального телевидения Лев Петрович Максимов. Об этих передачах много писали и в центральной, и в местной прессе, и все же хочу поделиться некоторыми мыслями. Прежде всего – о председателе колхоза Григории Антоновиче Склярове. Одна польская газета писала о нем: «Человек, запрдавший душу земле». Очень точная характеристика. Увы, то, что делалось Григорием Антоновичем, было очень не по душе начальству: сеял, когда ему надо было, убирал опять-таки, когда колхозу лучше, а не чиновникам для лихих рапортов. Сколько раз он предлагал открыть свой магазин в Воронеже. Куда там!..

А ведь какой был хозяин! Как говорится, «сходил за три моря» и купил в Голландии (!) луковицу тюльпанов. Красота и доход! Когда мы показали оранжерею, к нам на телевидение и в колхоз посыпались письма: хоть чуть-чуть пришлите...

Огромный вклад в создание программы внес А. М. Хохлов. Да и была ли она вообще, если бы не его организаторский талант. Ну и, конечно, Лев Максимов блеснул здесь отточенными гранями телевизионного комментатора, истинно русского интеллигента.

Были и любопытные случаи. Мы с Л. П. Максимовым приехали в колхоз для подготовки очередной программы. В механической мастерской работал сварщик. Увидев нас, не очень приветливо сказал: «Показуху приехали делать, брехуны». После взаим-

ных фраз в стиле «а ты кто такой?», выяснилось, что Юрий Иванович Окунцов (так звали сварщика) приехал работать в колхоз, посмотрев наши передачи. Человек бывалый, он и недостатков нашел немало. Однако уезжать не собирался. Мы предложили ему принять участие в нашей передаче. Юрий Иванович было заупрямился, но тут мы перешли в наступление: боишься, в рукав шепчешь? Знавший себе цену Ю. И. Окунцов согласился. Его выступление было лучшим в передаче.

В цикле «Под Воронежем у нас» принимали участие и дикторы Центрального телевидения: Нонна Бодрова, Светлана Моргунова, Анна Шатилова, Виктор Балашов. Самые светлые и самые теплые воспоминания остались у меня от работы с этими замечательными мастерами.

Крохотный пример. Готовилась передача о празднике урожая. Я сказал Анне Шатиловой, что, возможно, ее пригласят сплясать. «Я не умею», — смущенно ответила Шатилова. Ну на нет и суда нет. Но через некоторое время я увидел ее с Александром Петровичем Шостаком, балетмейстером и художественным руководителем ансамбля «Весенние зори». Она брала у него урок русского танца. Всем бы такой ответственности и щепетильности в работе!

Неловко признаться, но порою удивляюсь, как это мы умудрились справиться с таким большим, трудоемким, ответственнейшим циклом? Прямой эфир, сотни участников, множество точек показа — и ни единой накладки!

Здесь уместно сказать самые добрые слова в адрес инженера Митрофана Дмитриевича Житенева, бывшего бессменным начальником наших передвижных телевизионных средств по меньшей мере 30 лет. А была-то тогда у него всего-навсего черно-белая ПТС с тремя камерами без трансфокаторов, без автономного питания — силовой кабель иногда тянули чуть ли не за километр. А вот поди ж ты, справились!

В 1972 году редактор Юрий Павлович Никитинский и режиссер Галина Васильевна Бодренко открыли новый цикл «Рабочее собрание». И хотя это было время классического застоя, с полной ответственностью могу сказать, что на собраниях разговор был отнюдь не комплиментарный. Люди выступали и говорили о том, что наболело. В подготовке и проведении этих передач участвовали руководители самого высокого ранга. Не лишне заметить, что это был «живой» эфир, а собрания транслировались с мест их проведения. Регулярно сообщалось о принятых мерах по критическим замечаниям. Трудно себе представить, чтобы сейчас подобное было возможным, хотя, вроде бы, и свобода, и демократия, и чего только нет...

Некоторое время работал у нас и оставил хорошую память своими передачами журналист Ян Шейхет. Думаю, что и по сей день многие вспоминают его программы «Репортер» и «Семь раз отмерь». Благодаря «Репортеру» воронежцы познакомились с целой плеядой интереснейших людей, а «Семь раз отмерь» привлекала своей состязательностью, драма-

тургией, рождавшейся на глазах, тем более, что передачи шли напрямую в эфир.

В одной из программ соревновались железнодорожные машинисты: кто закроет коробок спичек локомотивом при сцепке его с вагоном? Между прочим, многое здесь зависело от составителя, насколько он вовремя даст свисток. Многоопытный составитель знал дело превосходно. Во всяком случае, первые два машиниста с заданием справились. А с третьим произошел конфуз: коробок сломался. Громадного роста и объема железнодорожный начальник принял распечатать составителя. Что уж там говорилось, слышно не было, но стоявший поначалу по стойке смирно щупленький составитель, потом, судя по его выразительным жестам, заметил, видимо, начальнику, что, мол, попробуй сам. Безнадежно махнув друг на друга руками, они разошлись в разные стороны... Если бы программа записывалась на ленту, наверняка этот эпизод выбросили бы.

Режиссер программ «Семь раз отмерь» и «Репортер» Елена Константиновна Александрова пришла к нам еще в малый телецентр. В прошлом прекрасная актриса драмтеатра, она всю свою неуемную энергию и страсть вложила в нелегкий режиссерский труд. Как многие артисты, была чуть суеверна: уронив сценарий, обязательно на него сядет, а помимо стандартного обращения в студию: «Тишина, включая микрофон!», обязательно добавит «Доставим людям радость». Провожая Елену Константиновну на пенсию, мы пожелали ей, чтобы радость навешала ее почаще.

Несколько поколений воронежских ребятишек выросли на «Сказках кота Мурлыки». 14 лет — каждый месяц — они появлялись в эфире. И все эти годы их постановщиком был великолепный режиссер Виктор Михайлович Пожидаев. В дни передач ребята вдруг исчезали со двора, а через пару-тройку дней кипами писем заваливали редакцию. А какие были актеры! В. Г. Роццина, Р. А. Мануковская, В. А. Соколов, Е. С. Аристов, А. Г. Абдулаев, Б. Н. Цуканов...

Я назвал несколько популярных циклов, но, пожалуй, самый наш острый и самый трудный цикл — это «Гвоздь». Задумал и осуществил его первые выпуски Игорь Лазаревич Лазарев. Потом «Гвоздем» занимался Александр Михайлович Хохлов. Об этой программе много писали и в местной, и в центральной прессе. Рассказывать о трудностях выпуска «Гвоздя» не стоит, ибо их было слишком много, начиная от убегающих от камеры полуответственных лиц и кончая стандартными звонками «Есть мнение...». Но благодаря «железной» руке А. М. Хохлова и стараниям режиссера Н. П. Толубаева «Гвоздь» выходил регулярно с обязательной страничкой «Снимаем с «Гвоздя»». На мой взгляд, успеху «Гвоздя» способствовало и то, что им занимались добрые люди, заботившиеся в первую очередь не об остротах ради острот, а о том, чтобы поменьше было в жизни негативных явлений.

Недолго работал у нас Борис Батуев, наш главный, любимый всеми редактор. Он обладал неизъяснимой притягательной силой. С ним было удивитель-

но легко и интересно. Он пользовался уважением каждого из нас. У него не было подчиненных, но были товарищи и единомышленники. Нелегкая сталинско-лагерная судьба не испачкала его чистую, как кристалл, душу. Символично, что именно он вел публицистическую программу «Факел». И даже через день после того, как настигла его нелепейшая смерть, страшный голос Бориса Батуева звучал на волнах воронежского эфира.

В те уже далекие годы мы любили собираться вместе, чтобы отметить праздники, а иной раз начальство в лице Михаила Яковлевича Шишлянникова устраивало редакционный чай в просмотром зале, чтобы было побольше народу. За чаем придумывались передачи. За хорошую тему тут же вручалася приз.

Каждый год, 9 мая, А. М. Хохлов и З. Г. Горчаков организовывали для ветеранов поездки в места, где раньше проходила линия фронта, а таких в окрестностях Воронежа хватает. Из подшевной воинской части доставался термос с обжигающей солдатской кашей, а в алюминиевые кружки наливались «парковые» сто граммов.

Таковы были мы – телевизионщики-шестидесятники, таковы были наши годы на телевидении 60-х и 70-х. Я проработал там почти 40 лет. И до сих пор какая-то неведомая сила порой уносит меня туда, где в вечернем небе с гордой таинственностью вы-

сится телевизионная башня. По старой привычке я захожу в студию. Я люблю этот чуть торжественный момент начала передач. В студии все готово. Тишина. Только еле потрескивают светильники. Операторы в наушниках за камерами. За черными жерлами объективов – зрители. Сейчас режиссер нажмет кнопку, и произойдет таинство свидания с аудиторией. Инженеры в два счета объяснят, как это делается, а мне до сих пор все представляется волшебством.

### **Об авторе**

*Виктор Иванович Золотарев в 1953 году с отличием окончил истфилфак ВГУ. Он всю свою жизнь посвятил радио и телевидению. С 1945 по 1954-й год работал на радио, а в том же 1945 году судьбе было угодно, чтобы он стал одним из основателей Воронежского телевидения. С телевидением он не расстается вот уже 50 лет. Он был главным режиссером Воронежского ТВ, а последние годы – режиссер студии учебного телевидения ВГУ, читает лекции студентам-журналистам, щедро делясь своим многолетним опытом. В. И. Золотарев – заслуженный работник культуры России, почетный радиостроитель СССР, имеет правительственные награды.*

г. Воронеж.



### В. И. Черкашин

# Архаический пласт древнегреческой (800-670 / 657 гг. до н.э.) и древнеримской (800-534 гг. до н.э.) религиозной протопублицистики

**Вводные замечания.** Они буду касаться трех моментов – определения понятия «религиозная протопублицистика», понятия «религия», непосредственно связанного с предыдущим, и ритуала, в рамках которого функционирует и религиозная протопублицистика, и религия.

**I. Понятие «религиозная протопублицистика»** мы дали в одном из предыдущих номеров альманаха<sup>1</sup>, отталкиваясь от термина «религиозная публицистика», введенного Р. В. Жолудем, здесь же даем его уточненный вариант, учитывающий наличие коммуникации между объектами как по горизонтали, так и по вертикали. Итак, под религиозной протопублицистикой мы понимаем устную (в основном) и письменную «словесную» (нелитературную, по терминологии С. С. Аверинцева) деятельность:

1) начинающуюся осуществляться в Центре мироздания (на Священной горе, у Мирового дерева, у Священного дерева; в храме, через который проходит Ось мироздания, считающимся местом схождения Небес, Земли (и человека на ней), Преисподней) по вертикали, направленную на осуществление «тесной религиозной связи с божеством» (канал 1 – «человек>божество»; канал 2 – «божество>человек»); а также интерпретирующую волю божества (например, толкования оракулов человеком, царем-жрецом, жрецом, магистратом) (канал 3, 4);

2) осуществляющую трансляцию по горизонтали интерпретируемого текста на (в) массы в рамках религиозного акта (канал 5 – «человек» (царь-жрец, жрец, магистрат) > «малая аудитория») и обратно, от малой аудитории к жрецу (канал 6);

3) осуществляющую трансляцию по горизонтали текста от малой аудитории к большой (канал 7);

4) завершающуюся материализацией религиозного слова, санкционированного большой аудиторией (канал 9);

5) связанную с актуальными проблемами, стоящими перед большой аудиторией и интерпретирующей религиозное слово (текст), как в рамках религиозной традиции, так и вне религиозного акта.

**I. Религия.** Латинское *religio* до сих пор в европейских языках остается единственным и устойчивым словом, для которого никогда не предлагалось ни эквивалента, ни замены. Его этимологию исследовал Э. Бенвенист<sup>2</sup>. Приведем вкратце ход его рассуждений. Что обозначает *religio*? Об этом спорят со

времен античности. Древние не могли прийти к единому мнению, нет единства и в наше время. Все колеблются между двумя объяснениями, каждое из которых находит поддержку, но ни одно из них не позволяет сделать окончательный выбор. Эти точки зрения представлены одна – Цицероном, которая относит *religio* к *legere*, другая – Тертуллиану и Лактанцию, объясняющим *religio* глаголом *ligare* – «связывать».

К объяснению Цицерона присоединяется В. Отто, И. Гофман, напротив, к объяснению Тертуллиана и Лактанция словарь Эрну – Мейе. В. Фоулер утверждал, что можно отстаивать и то и другое объяснение. Приведем текст Цицерона (*De natura deorum* II. 28. 72): «Те же, кто добросовестно и многократно перерабатывали (*retractarent*) и словно заново собрали (*relegerent*) все, что связано с почитанием богов, именуются *religiosi om releggere*, так же как *elegantes* от *eliger* и *diligentes* от *diligere* (*elegantes* – «изысканные, разборчивые», *eliger* – «действовать с разбором»; *diligentes* – «усердные, внимательные», *diligere* – «высоко ценить, любить»).

Для Лактанция **религия есть «связь» благочестия, которая нас связывает с божеством: vinculo pietatis obstructi et religati sumus.** Мнение Лактанция принял М. Кобберт, определяющий *religio* «как силу, действующую извне на человека, как табу, наложенное на определенные временные промежутки, местности, предметы; этими табу человек лишается своей воли и оказывается «связан», опутан».

Изначально в Риме *religio*, по мнению М. Бенвениста, не обозначает религию в полном объеме. Значение *religio* подкрепляется производным от него *religiosus* «внимательный по отношению к культу; тот, кто обращает внимание на осознание ритуала». На то, что *religiosus* могло прилагаться к самому ритуалу, указывали многие римские эрудиты: «религиозен тот, кто в силу определенной *sanctitas* отдален и отстранен от нас; «религиозность – то, что не дозволено людям делать и что они совершают против воли богов» (*Fest. 278 Mull.*). Получается, что *religio* – это сомнение, удерживающее человека, внутреннее препятствие к какому-то действию, а не чувство, побуждающее к действию или заставляющее исполнять обряд. Э. Бенвенист считает, что это значение, неизменно проявляющееся в древних употреблениях слова, требу-

ет единственного понимания *religio*, которое дает Цицерон, сближая *religio* с *legere*.

Действительно, *legere* («собирать, возвращать к исходному виду, признавать») имеет множество конкретных приложений, и в частности с различными предлогами служит для обозначения умственных качеств, настроений и чувств. Противоположное значение выражается *negligo* («не обращать внимания на»); *diligo* – собирать, отделяя по предпочтению; выделять; отличать; почитать; любить»; *intelligo* – «собирать, отбирая; удерживать в мыслях; понимать».

Из этих сближений можно вывести значение *religere* («вновь собирать»), т. е. «вновь собирать для нового выбора, вернуться к предшествующей попытке». По словам Нигидия Фигула, насколько подобает быть *religens* – проявлять заботу о религиозных вещах, — настолько же дурно быть *religiosus* – быть чересчур разборчивым в мелочах. Вновь начинать прежде сделанный выбор (*retractare*, говорит Цицерон), пересматривать решение, которое из него следует, — таков собственный смысл *religio*. Он указывает на внутреннюю расположность, а не на объективные свойства различных вещей или на совокупность верований и культовой практики. Римская *religio* изначально по сути своей субъективна. И неслучайно только у христианских писателей впервые появляется объяснение *religio* из *religare*, на котором настаивает Лактанций: *nomen religionis a uinculo pietatis esse dedectum, quod hominem sibi Deus religauerit et pietate constrainxerit* («слово *religio* выводится из уз благочестия, поскольку Бог присоединяет к себе человека узами и привязывает его к себе благочестием»). Таким образом, изменилось само содержание религии. Для христианина — и это характерно — по сравнению с языческим культом новая вера есть связь, основанная на благочестии, зависимость верующего от Бога, обязательно в этимологическом смысле этого слова (\*об-вязательство). Восприятие слова *religio* перестраивалось на основе идей о связи, которую устанавливает человек с Богом; мысль, совершенно отличная от заложенной в старой римской *religio*, тем не менее подготовившей современное восприятие. Вот то основное, что показывает и употребление, и сама форма слова применительно к истории и истокам слова *religio*.

Но есть одно очень серьезное возражение аргументам Бенвениста. Цицерон принадлежит к поздней стадии этногенеза римского этноса (конкретно — к фазе надлома с императивом поведения: «мы знаем, мы знаем, что все будет иначе!»), к фазе, когда перестали действовать сакральные законы (после 97 г., когда человеческие жертвоприношения были отменены в консульство Гнея Корнелия Лентула и Публия Лициния Красса), когда за ученое умствование не следует обвинения в нечестии и, конечно, за свои слова не надо отвечать головой в буквальном смысле этого слова (сакральная норма римского закона *sacer esto*: «да будет посвящен в жертву богам»; или: «все то, что авгур объявит неправильным, запретным, порочным, да не будет выполнено и совершиено, кто послушается, да ответит головой»). Лактанций (ум.

после 317 г. н.э.), и Тертуллиан (ум. после 220 г. н.э.) — апологеты (защитники христианства), свое понимание религии уясняли прежде всего в споре с языческими эрудитами. Безусловно, религия от *ligare*, которое они отстаивают, есть новое и уникальное для их времени по отношению к аргументам язычников-эрuditov. Но одновременно их точка зрения — это норма, единственно возможное определение религии для ранних стадий этногенеза. Именно связь, «тесная связь с божеством (божествами)» для греков и римлян архаической эпохи VIII — VII вв. была религией, и эта связь в процессе роста этноса становилась со временем все более слабой, иногда рвалась в кризисные периоды, чтобы восстанавливаться, «собираться, возвращаться к исходному виду». *Religio* времени Цицерона — «вновь собирать, т. е. вновь собирать для нового выбора, возвращаться к предшествующей попытке». Эта связь ни поколением Цицерона, ни последующим в первоначальном виде и не могла быть восстановлена, а была создана некая новая религия, включившая новое в элементы старого. Кстати, это гениально сделал император Август, введя императорский культ. В Риме очень древним был куль Гения, главы фамилии и его превращения после смерти в бога для своих детей. Август же, как «отец отечества», отождествил государство с огромной фамилией, а фамилию — с маленькой республикой, т. е. претендовал на отношение к себе граждан, аналогичное отношению членов семьи к ее отцу. Была создана стройная организация, имевшая массовый характер. Привязанность плебса к запрещавшимся сенатом компитальным коллегиям была учтена Августом, сумевшим поставить их на службу новому режиму. Во всех 265 кварталах Рима, а также в итальянских городах из числа плебеев, вольноотпущенников и рабов избирались магистраты и министры компитальных Ларов и Гения Августа. Они обслуживали и организовывали посвященные этим божествам празднества и церемонии, сооружали святилища, алтари, статуи, оборудовали места собраний и общих трапез. Иногда этот куль непосредственно сменил прежние официальные культы городов, обслуживавшихся выходцами из той же среды.

Не надо забывать и то, что Цицерон жил во времена, когда римская религия в высших слоях общества приходила в упадок. Он сам писал, что не соблюдаются ауспиции и забывается наука авгуротов. Варрон сетовал, что многие боги и священное действие оказываются забытыми, что долгое время никто не хотел занимать связанную со многими запретами должность Фламина Юпитера, не занятые оставались и некоторые жреческие должности. Для знати, практически потерявшей связь со своими управляемыми виликами имениями и сельскими фамилиями, несмотря на торжественные заявления о преданности предкам, республике *civitas*, Рим перестал быть гражданской общиной. А следовательно, «теряла свой смысл и религия, сложившаяся на основе фамильных, сельских и гражданских общин. В глазах знати она все более превращалась в средство воздействия на народ, который должен был верить в установлен-

ния и традиции, ей уже мало что говорившее. Сама же она искала духовную пищу в греческой философии, собранных из разных источников тайных учениях, колеблясь между полным атеизмом и слепой верой в предопределение, «Фатум», в божественных «Героев» и различные формы посмертного существования души<sup>3</sup>.

Цицерон мыслит в первом веке до нашей эры, как Лютер в XVI, отвергавший каноническое tolkowanie евхаристии (кстати, оба живут в фазы надлома своих суперэтносов, а значит, одинаково относятся к традиции, т. е. считают возможным одно взять, а другое отвергнуть; для них *religio* от «*legere*» — «вновь собирать», «вновь собирать для нового выбора, вернуться к предшествовавшей попытке», а не *religio* от «*ligare*»). Первый писал: «Когда мы называем хлеб Церерой, а вино Вакхом, мы употребляем не более, чем известные риторические фигуры. Или вам на самом деле кажется, что на свете есть человек настолько безумный, чтобы искренне верить, что употребляемая им пища является богом?»<sup>4</sup>. Просвещенный римлянин времени Цицерона уже не верил в это и снисходительно относился к различным мифам и религиозным системам, но он отрицал лишь буквальный пантеизм, а не вообще идею посмертного возрождения. Когда у Цицерона умерла дочь Туллия, он страстно желал ее обожествить: «Я хочу храма, и не перестану думать об этом. Я желаю избегнуть всякого сходства с гробницею, чтобы добиться полного апофеоза» (*Cic. Ad. Att. XII. 36*). Форма, в которой выразилась идея единства людей и богов, жизни и смерти — специфически античная (гробница — саркофаг), сама же идея коренилась в глубочайших пластах античного архаического сознания и встречалась у многих народов древности. **Античность нашла для нее адекватное художественное воплощение — все ее искусство от начала до конца, религиозная практика, а значит и религиозная протопублицистика пронизаны верой в бессмертие.** Именно благодаря античности и Средневековье смогло поставить на редкостную вы соту тему страстей Богочеловека, но форма выражения средневекового представления о вечности станет уже иной<sup>5</sup>. Приведенный нами этногенетический аргумент позволяет считать, что римляне и италики не вкладывали в понятие «религия» иной смысл, чем христиане (будущие византийцы); они понимали под религией **«связь человека (и общины) с миром сверхъестественных сил и духов, включавшую знания о нем и способы, с помощью которых можно было себя обезопасить от этого могущественного мира или добиться от него помощи»**.

**III. Ритуал.** Ритуальная теория, возникшая во второй половине XIX в. н.э. впервые представила *миф как форму бытия*. В качестве образца и прообраза правил, господствующих в мифическом мире, был взят ритуал (*ritus* — обряд, служба; *ritualis* — обрядовый). Согласно этой теории, миф развился из ритуалов и затем слился с ними в некое единство. *Ритуалы истолковывались в терминах тотемизма*, в основе которого лежала вера человека в одушевленность всего сущего и в наличие кровнородственных связей

между некоторыми видами животных и определенными человеческими родами. Следствием этого стали разнообразные табу, в частности, неприкосновенность «священного» и «нечистого»; «священным» считалось то, что было связано с родом, а «нечистым» то, что лежало за пределами его жизненной сферы. Из этого возникли в дальнейшем устойчивые обычаи и ритуалы, которых придерживались не только в целях защиты, но и для обеспечения жизни и выживания общины. В дальнейшем из тотемических зверей возникли человеческие боги, которые все еще сохраняли определенную связь со зверями или являлись в животном обличии. Старые обычаи и ритуалы сохранялись, даже если их смысл претерпевал изменения. *Они сохраняли свои истоки в жертвоприношении*, в ходе которого священный зверь по строгим правилам умерщвлялся и совместно съедался. Однако теперь уже *жертвоприношение утверждало общность не с тотемическим зверем как раньше, а с Богом*. Совместное потребление живого мяса и крови жертвенного животного, усвоение его магической силы отныне устанавливает *«мистическое единство человека и Бога»*. Отдельные черты ритуала и жертвоприношения и в дальнейшем транслировались теми представлениями, которые изначально лежали в их основе, но теперь вытеснены и забыты. Возникающие при этом попытки объяснения позаимствовал миф. Тем самым становится понятным, каким образом сакральные действия и практики получили позже различные истолкования, в то время как они сами оставались неизменными в течение тысячелетий. У. Робертсон-Смит говорил о «зависимости мифа от ритуала» и писал: «Строго говоря, мифология не была существенной составной частью религии, поскольку для последователей религии она не имела священного подтверждения и связующей силы. Мифы, призванные к отдельным святым и религиозным церемониям, были лишь частью культового аппарата, они лишь должны были служить возбуждению воображения и обеспечению живого участия присутствующих в священнодействии. Нередко им предлагались на выбор различные варианты рассказа о том же самом событии, и если они точно выполняли ритуал, то никого не интересовало, что они думают о его происхождении». Однако обязанностью и заслугой было лишь точное исполнение определенных священных действий, как они были предписаны религиозной традицией. Тем самым, полагал Смит, «*едвали не всякий раз миф выводился из ритуала, а вовсе не ритуал коренился в мифе*».

Такой односторонний вывод по поводу соотношения ритуала и мифа был пересмотрен затем в рамках ритуально-социологической школы, в духе их взаимодействия или даже идентичности, но мысль о неразрывной связи ритуала и мифа была тем самым еще более усиlena (Э. Дюркгейм, М. Мосса, Г. Муррей). Первые исследователи ритуала напрямую связывали его с религией и религиозным сознанием, а к этим последним относились как к пережиткам культуры (У. Робертсон-Смит однозначно определял ритуал как религиозную практику).

Со второй половины XX в. н.э. религиозно-символический и предметный аспекты ритуала стали очевидны для исследователей, и на первый план вышли проблемы коммуникации и социализации как функций ритуального действия, поиски ритуального языка и стиля (Р. Фирт понимает под ритуалом определенные установленные действия, которые совершаются с целью повлиять на действительность, имеют символический, не эмпирический характер и, как правило, социально санкционированы; Р. и К. Бернхарт определяют ритуал как обряд, магический или религиозный, который является стилизованным и символическим действием, причем действие это исполняется для достижения определенных целей в земной или загробной жизни; по В. Фуксу, ритуал – это социально регулируемая, коллективно осуществляемая последовательность действий, которые не порождают новой предметности и не изменяют ситуации в физическом смысле, а перерабатывают символы и ведут к символическому изменению ситуации)<sup>7</sup>.

Особую роль в развитии исследования ритуала имеют работы структуралистов и семиотиков, рассматривающих ритуал в аспекте структурной лингвистики и семиотической теории символа. Ритуал по В. Я. Проппу, связан прежде всего с предварением события, с его магическим вызыванием и потому – обращен в будущее. Для К. Леви-Стросса «ритуал – не есть реакция на жизнь. Он есть реакция на то, что из жизни сделала мысль. Он не соответствует непосредственно ни миру, ни опыту мира; он соответствует лишь тому образу, в котором человек мыслит мир»<sup>8</sup>. Для В. Н. Топорова ритуал является сводом правил организации сакрализованного мира; он восстанавливает, обновляет и усиливает все, что к концу цикла приходит в упадок, убывает и стирается из памяти: «Замыкая собой диахронический и синхронический аспекты космологического бытия, ритуал напоминал о структуре акта творения и последовательности его частей, как бы переживал их заново, но с усилением и тем самым верифицировал вхождение человека в тот самый космологический универсум, который был создан “в начале”»<sup>9</sup>. А. К. Байбурина воспринимает ритуал как символическую форму поведения, имеющую свою грамматику, синтаксис и лексику, т. е. представляющую собой особый текст: «... ритуал является высшей формой и наиболее последовательным воплощением символичности. В ритуале конструируется особого рода реальность – семиотический двойник того, что было «в первый раз» и что подтвердило свою высшую целесообразность уже самим фактом существования и продолжения жизни. Ритуальная реальность с точки зрения архаического сознания – отнюдь не условность, но подлинная единственная истинная реальность. Ритуал как бы высвечивает те стороны вещей, действий, явлений, которые в обыденной жизни затмлены, не видны, но на самом деле определяют их суть и назначение. В обыденной жизни доминирует «внешнее» (экстенсивное) распространение себя: дом, орудия труда, транспортные средства и т. д. – типичные примеры такого распространения человека и органов его тела. В ритуале представлен

иной тип освоения: человек распространяет свою внутреннюю сущность, свою мысль, способность к творчеству. Не случайно ритуал все чаще рассматривается в качестве первоисточника будущих искусств, науки и философии»<sup>10</sup>.

Для Байбурина ритуал и обычай – не синонимы, а крайние точки на шкале символьских форм поведения. Обычай регламентирует повседневную жизнь, ритуал же – символьскую область поведения, касающуюся выживания и благополучия всего коллектива; вырождение ритуала происходит именно тогда, когда он начинает подстраиваться под быт.

В. В. Емельянов, воспринявший более широкий взгляд на ритуал К. Лоренца, создателя науки этологии и определения ритуала как первого языка коммуникации («смирильной рубашки», которую надевает на человека культура), рассматривает этот феномен как символическую форму поведения живых организмов, связанную с их адаптацией к условиям окружающей среды, направляющую и упорядочивающую их жизненную активность, способствующую возникновению коммуникативных и ценностных систем и служащую основным материалом для образования новых форм поведения, согласованных со своими образцами<sup>11</sup>. Такой трактовкой ритуала мы будем пользоваться в нашей работе.

Внутри подхода к ритуалу В. В. Емельянова для целей нашего исследования важно представление о двух этапах эволюции семиотического универсума (дописьменном и письменном), сформулированное Ю. М. Лотманом. На первом этапе «Человек архаический» искал знания о порядке, в котором организована жизнь, следя стратегии поведения, на которую ему указывали приметы или результаты гаданий. Поэтому высоко ценилось умение распознавать естественные знаки природы, заложенные в окружающих человека вещах и явлениях; память коллектива в такой ситуации ориентировалась на повторение одного и того же набора действий и слов, от которых ожидали повторения прежних благоприятных примет, гарантировавших психологическую устойчивость и жизненное благополучие. После изобретения письменности на смену тотальной знаковости пришли специализированные знаковые системы, и культура начинает ориентироваться на выработку новых текстов, а не на воспроизведение уже известных, т. к. письменный текст предоставляет человеческую возможность оригинального авторского творчества, идеей которого в силу свойств письменности не будут сведены к уже известным общественным идеалам<sup>12</sup>.

Завершающую стадию развития «Человека архаического» на античной почве в условиях возникшей письменности нам дают политические (Ликург, Зелевк, Безымянный афинский реформатор 683 года, римский царь Сервий Туллий) и эстетические (поэты Терпандр, Клон, Каллин, поздний Гесиод) реформаторы, которые пытаются вернуться к старой парадигме (дописьменной), создавая новую (письменную), воплощая политический и эстетический рационализм в виде религиозного иррационализма.

Исходя из сказанного выше, можно сделать следующие выводы:

— религию архаической Греции (800 — 590 гг.) и Рима (800 — 534 гг.) можно рассматривать как «тесную связь с божеством (божествами)» человека;

— процесс уменьшения (утончения) связи архаического человека (*Homo vetus*) с божеством рассматривать в терминах демифологизации и десакрализации<sup>13</sup>;

— религиозную пропаганду рассматривать как одну из форм связи архаического человека с божеством в рамках архаического ритуала-жертвоприношения.

#### **IV. Рабочая гипотеза:**

1) Носителем культуры архаического периода является **Человек архаический** (*Homo vetus*), который характеризуется:

— императивом поведения «Будь тем, кем ты должен быть!»;

— пассионистским восприятием времени;

— ощущением себя частью великой традиции и способностью на бескорыстную деятельность ради нее.

2) Публично ориентированное (убеждающее) слово для Человека архаического существует как религиозное, синкетичное, связанное в составе ритуала-жертвоприношения, и выделение в нем собственно религиозного, юридического, предфилософского и литературного слова возможно только как его особые функции, формы бытования слова, не всегда осознаваемые их носителями.

3) **Человек архаический восстанавливающий** (*Homo vetus restituens*) в конце фазы подъема начинает ставить на место традиции (обычного права) авторитет закона (деятельность ранних законодателей-эсимиотов: Ликурга, Зелевка и др. в Греции и римского царя Сервия Туллия), который не воспринимается как разрыв традиции и покушение на нее.

4) Нарождающийся политический рационализм в сфере государственной жизни (обособление юридического слова) получает санкцию от религиозного иррационализма, причем, последний заключается в том, что политическим деятелям и магистратам приходилось наряду с отстаиванием своих мнений в дебатах, заручаться поддержкой влиятельных святилищ (Дельфийского, Додонского и др.), дававших прорицания-оракулы, ссылаясь на волю богов и на предзнаменования, обращаться к предметам религиозного поклонения и культовым таинствам, прибегать к гаданиям и другим средствам как общения с божеством, так и воздействия на него.

5) Формой религиозного иррационализма является религиозная пропаганда, которая осуществляется как коммуникация, проходящая этапы ритуала-истолкования божественного слова, трансляции от жреца-истолкователя к малой аудитории, трансляции от малой аудитории к большой, материализации убеждающего слова.

6) Стадия ритуала-истолкования божественного слова является первой фазой существования религиозного, юридического и литературного слова в эпоху

архаики (молитва-жертвоприношение в героическом и дидактическом эпосе; деятельность царя-жреца (автура) в Риме; и архаические формы римского судопроизводства; ритуал-посвящение поэта-аэда в дидактическом эпосе Гесиода; ритуал-посвящение в пологоворастных отрядах архаической Спарты, Лесбоса, реконструируемый в деятельности Сапфо).

**V. Хронологические рамки исследования** определяются следующими причинами:

1) В истории Древней Греции архаическую эпоху большинство исследователей помещают между миграционной (1300 — 900 гг.), принадлежащей еще микенской культуре, и классической эпохами (500 — 300 гг.)<sup>14</sup>, при этом в ней выделяют три периода: раннюю архаику (1000 — 800 гг.), среднюю (800 — 700 гг.) и высокую (или позднюю) (700 — 500 гг.). В основе этой периодизации лежит выделение двух кардинальных феноменов — колонизации и становления полиса, а также невнимание к разрыву (преображению) традиции, произошедшей сразу после 800 г., который Л. Н. Гумилев связывал с пассионарным толчком, давшим рождение, кроме греков и римлян, еще и этрускам, галлам (кельтам), лидийцам, карийцам, киликийцам, персам<sup>15</sup>.

2) Выделение «темных веков» (1100 — 750 гг.), название которым дано из-за скучности и ограниченности сведений об этом продолжительном периоде, отражает традиционный подход, сложившийся до 1953 г. н.э., когда было дешифровано микенское линейное письмо «B» и возникла новая наука — микенология, а также акцентирование различия между микенской цивилизацией и последующей классической греческой, причем различия эти настолько глубокие, что говорят о двух различных эпохах<sup>16</sup>.

3) Другое название «темных веков» — «железный век» — акцентирует внимание на появлении железных орудий труда в отличие от «бронзового века» микенской цивилизации, а литературоведческий термин «гомеровская эпоха» основан на предположении, что в период 1100 — 700 гг. произошло окончательное оформление поэм Гомера (точка зрения Ф. Папазоглу<sup>17</sup>, считавшей, что история Греции начинается с Гомера, т. к. микенское и греческое общества резко отличаются между собой, получает подтверждение в современном антиковедении, хотя и не исчезла противоположная, которую отстаивал Я. Ленцман<sup>18</sup> и его последователи). «Темные века» на основе археологических данных делятся на периоды: Субмикенский (1150/1125 — 1050 гг.), Протогеометрический (1050 — 900 гг.), Геометрический (900 — 700 гг.), причем последний, выходя за рамки «темных веков», в свою очередь, подразделяются на суперпериоды: ранний (900 — 820 гг.), средний (820 — 740 гг.), поздний (740 — 700 гг.)<sup>19</sup>.

4) Разнообразие подходов к архаическому периоду, опирающихся на знания из различных областей, — археологии<sup>20</sup>, лингвистики<sup>21</sup>, микенологии<sup>22</sup>, гомеристики<sup>23</sup>, религиоведения<sup>24</sup> — позволяют не только выработать комплексный подход к проблеме «темных веков», но и определить роль *религиозной сферы в культуре этого времени*.

5) В данном исследовании под архаическим пластом античной религиозной протопублицистики понимается время в Греции с 800 по 657 гг., а в Риме – с 800 по 534 г. и для выявления закономерностей функционирования протопублицистических текстов используются данные более раннего периода в рамках широкого представления о культуре темных веков или т.н. «послемикенского регресса» для Греции и «времени Сатурна» для Рима (для эллинов отмеченный период характеризуется образованием дорийских государств Пелопоннеса (800 – 700 гг.), появлением греческого алфавита, реорганизацией пантеона богов, формированием систем законодательств и полисного образа жизни; для римлян – появлением на месте разнообразного итальянского (латино-сабинско-этрунского) населения римской общины-войска; последующим расселением на среднюю Италию; сменой культа, организация войска и политической системы; созданием латинского алфавита).

### ***1.1. Homo vetus restituens и его картина мира***

Архаическая картина мира предполагает наличие Центра мироздания, развитой мифологической системы, включающей в себя космогонический представления, ритуалы (особенно календарные), соотнесенные с «центром мира» и мифическим временем (т. е. с самим временем творения). Космогонические представления не полностью выводимы из космогонических мифов, а реконструируются при анализе ритуалов (например, афинских праздников) и языковой семантики.

Религия архаического времени имеет Центр мироздания, который маркируется как Священной горой, так и Космическим деревом, любой храм, дворец, царское жилище уподобляется Священной горе, воспринимается Центром<sup>25</sup>. Соответственно храм, освященное место, через которое проходит Ось мироздания, считается местом схождения Небес, Земли (и человека на ней), Преисподней. Дерево в Центре мира «воплощает абсолютную реальность, ход жизни и сакральную власть и поэтому находится в Центре мироздания. Называется ли оно Космическим деревом, Древом Вечной жизни или Древом знания Добра и Зла»<sup>26</sup>.

Весь священный комплекс Акрополя моделировал космогонический акт: сама его *скала* мыслилась в качестве первосущи, возникшей из первородных вод; *воды* же представлял источник соленой воды, якобы высеченный Посейдоном в споре с Афиной – и йлбууб ёсчизт в Эрехтейоне; рядом с ними прорастало дерево жизни в образе *пальмы* (золоченый светильник Каллимаха) и *оливы*, у основания которого коренились священные *звери-прапородители* (медведица, пес-суга), ствол обвивал акропольский змей (Эрехтей), в кроне гнездились *птицы* (ворон, ласточка, сова)<sup>27</sup>.

Рим имел свое Священное дерево – *смоковницу* (волчица кормила под нею Ромула и Рема), жизнь

которой была связана с благополучием города. Священен был и дуб на *Капитолии*, которому Ромул принес свою первую *spolia opima* (вооружение, снятое с убитого военачальника или царя врага), посвятив ее Юпитеру Феретрию, и более древний, чем сам Рим, каменный дуб на *Ватикане* (Plin. N. H. XVI, 87, 1)<sup>28</sup>.

Боги делились на небесных, земных, подземных, господствующим было представление о трех разграниченных, но взаимосвязанных обществах: обитателей неба (богов), людей и мертвых<sup>29</sup>.

У римлян была мифология<sup>30</sup>, о характере которой даются взаимоисключающие ответы: по мнению Ж. Дюмезиля, у римлян существовали впоследствии заглохшие мифы, а рассказы о войне римлян и сабинян, закончившейся их объединением и установлением культа Юпитера, Марса, Квирина (богов «трех функций»), о бое Горациев и Куриациев, о подвигах Сцеволы, Горация Коклеса, первых римских царях являются секуляризованной мифологией индоевропейцев.

Древнейшим римским и итальянским богом был Янус, считавшийся впоследствии богом вечного начала. Существовал и миф о происхождении людей от деревьев. Древнейшие изображения богов делались из ветвей дерева (Serv. Aen. II, 225), римско-итальянские божества (Фавн и Фавна, сильваны, Пик, Кармента, Карна, Робиго, Деа Диа) почтятся в рощах; роща была посвящена и Миневре (Plin. N. H. X, 14.1). Почтались здесь и божественные множественности<sup>31</sup> – Фавны, Сильваны, Лары, Маны, Юноны. Возникновение Рима в результате синойкизма территориальных общин<sup>32</sup> привело к объединению культов, отголоском чего стало предание *об объединении культов римлян и сабинян после мира Ромула с Титом Тацием*, праздник Септимония (первоначально объединившиеся семь холмов приносили семь жертв), обряды аргеев, Фордиции (каждая курия приносит богине земли Теллус стельную корову). Удвоены были коллегии салиев (salii Pallatini и salii Collini), луперков (luperci Quinctiales и luperci Fabiani), сабинский бог клятв Semo Sancus дублировал римского Dius Fidius, Ларунда (хтоническая богиня) дублировала Ларенту. Боги сливались, приобретали эпитеты и функции сходных по значению божеств: Юпитер Луцетий (от lux – свет) был отождествлен с Диспатором (Serv. Aen., IX, 576). Юпитер почтился не только как бог неба и грозы, но и как гарант верности клятве, податель победы, хранитель границ, покровитель виноградников (праздник Виналий и эпитет Либер), как «плодоносящий» – Frugifer и как Dapalis (от священной трапезы – daps). Он принимал и другие эпитеты богов: Анксур (от бога Анксура, почитавшегося в Тарракине), Пенин (горный бог), Клитумн (бог одноименной реки), Сумман (бог ночных молний)<sup>33</sup>.

Римляне четко делили архаический период своей истории на три фазы: время Сатурна (нет государства и нет частной собственности), время царей-жрецов и жрецов, время магистратов. Причем, по отношению к последним двум fazam им было «общизвестно, что первоначально жрецы были теми, кем впоследствии стали магистраты римского государства...

Итак, нам предстоит рассказать о гражданских властях, а именно о том, как власть перешла «от жреческого сословия к гражданской форме» (Lid. Mag. I. Praef.). Время Сатурна — время римской общины, по нашей периодизации, до 800 г.: «Предки поставили, чтобы храм Сатурна был казнью римлян, потому что говорят, когда Сатурн жил в Италии, никакого воровства в его владениях не совершалось, либо по той причине, что при нем вообще не было никакой частной собственности; ведь не было в обычаях знаком отмечать землю или межой разделять поле, все они сообща добывали; либо по той причине, что у него в распоряжении находилось общее имущество народа, при нем все общественное имущество служило всем людям» (Marc. Sat. I. 8.3.).

**Время царей-жрецов и жрецов с 800 по 534 г. в Риме (до начала царствования Тарквания Гордого) и архонтов с 800 по 683/676/657 гг. в Элладе (до реформ ареопага в Афинах; до введения герусии и издания Большой Петры в Спарте; до появления первого тирана в Коринфе Кипсела) — время, когда господствует императив поведения «Будь тем, кем ты должен быть»<sup>34</sup>, пассионистическое восприятие времени<sup>35</sup>, и один закон: «кто послушается, да ответит головой». (Cic.Leg. II. 21).**

Формула «Будь тем, кем ты должен быть» отражает высокую дисциплину во вновь возникшей этнической системе, где жесткой регламентации подвергается поведение членов коллектива, брачные отношения, использование ландшафта. Однако благодаря формирующемуся новому стереотипу поведения все эти ограничения воспринимаются людьми не как тягостная обуза, а как необходимое условие достойного образа жизни. Пассионистическое восприятие времени характерно для молодых этнических систем, находящихся в стадии роста и становления. Каждая прожитая минута воспринимается человеком как приращение к существующему прошлому, к делам его предков и предшественников; прошлое ощущается как реальность, которая, накапливаясь, продвигается вперед. Люди с таким ощущением времени чувствуют себя частицами великой традиции и способны на бескорыстную деятельность ради нее. Им не нужны записанные законы — их воплощают ритуал и хранители традиции — жрецы.

Таким образом, мы можем выделить идеальный тип — «Человек архаический» (... , Homo vetus), определяемый по четырем основаниям:

- императив поведения на индивидуальном уровне «Будь тем, кем ты должен быть!», на коллективном уровне — «Мы хотим быть великими!»;
- пассионистическое восприятие времени;
- приверженность традиции и способность к бескорыстной деятельности ради нее;
- действие на дописьменном этапе эволюции символического универсума (знание о порядке, в котором организована жизнь человека архаического, следует стратегии, на которую ему указывают приметы и результаты гаданий; память коллектива ориентирована на повторение одного и того же набора действий и слов, от которых ожидают прежних благоприятных примет, гарантирующих психологичес-

кую устойчивость и жизненное благополучие, т. е. жизнь в рамках ритуала-жертвоприношения и неразрывных (тесных) связей с божеством (божествами).

Изобретение письменности (ок. 750 г.) в Элладе приводит к появлению специализированных знаковых систем, культура архаики начинает вырабатывать новые формы текста (выделение из единого, ритуального тотально-знакового Слова слов — религиозного, юридического, предфилософского, литературного). Этот «информационный шум» **Человек архаический восстанавливающий (Homo vetus restituens)** гасит усилием, выражаящемся в возврате к «заветам отцов», т. е. в реформах под реставрационными лозунгами. К этому идеальному типу «Человека архаического» восстанавливающего — последняя разновидность Человека архаического в условиях только что появившейся письменности — принадлежат политические (Солон, Зелевк, Сервий Туллий, Безымянный афинский реформатор 683 г.) и эстетические (Терпандр, Клон, Каллин, поздний Гесиод) реформаторы, действующие в рамках традиции, политический и эстетический рационализм которых облекается в форму иррационализма религиозного.

Императив поведения человека этой эпохи выражен в речах Посейдона, призывающего греческих героев отбить наступление троянцев (II. XIII. 231 — 234): «... да вовек от троянского брега // В дом не придет, но играющим псов да прострется под Троей// Воин, который в сей день добровольно оставит сраженье! Шествуй, и взявший оружие, стань ты со мной; совокупно // Действовать должно; быть может успеем помочь мы и двое. // Сила и слабых мужей не ничтожна, когда совокупна; // Мы же с тобой и противу сильнейших умели сражаться». (Выделено мною — В.Ч.).

Выделенный нами тип «Человека архаического восстанавливающего» и конкретная привязка к нему исторических деятелей, перечисленных выше, во многом опирается на определение хронологических рамок жизни Ликурга, спартанского законодателя-реформатора.

Этот же императив выражается и в «Призывае к согражданам» первого греческого элегического поэта Каллина, происходившего из Эфеса и бывшего свидетелем вторжения киммерийцев из Северного Причерноморья в Малую Азию в 675 г.: «... Вы мните, что в мире // Жизнь провождает? Нет! — всюду война на земле! ... // Пусть, умирая, копье хоть напоследок метнет. // И достоихально и славно для мужа за родину биться, // Биться за малых детей, за молодую жену // С ворогом злым. // Смерть тогда лишь наступит, когда нам на долю // Мойры ее напрянут... // Пусть же с поднятым копьем // Каждый стремится вперед и щитом свою грудь прикрывает, // Мощную духом, едва жаркий завяжется бой! Ведь и судьбой решено, что никто из людей не избегнет // Смерти, хотя бы он был богом бессмертным рожден... // Если же погибнет храбрец, плачут по нем стар и млад. // Ведь крепкосердого мужа кончина — печаль для народа; // Если же он средь живых, все полубога в нем чтят, // И, как на кремль, на него обращают сограждане взоры, — // Подвиги многих бойцов он совершил и один»<sup>36</sup>. (Выделено мною — В.Ч.).

В современной науке нет согласия относительно времени Ликургова законодательства, если подытожить основные гипотезы, то они следующие: Ликург и его законы помещают или до Первой Мессенской войны (конец IX – середина VIII вв.), что совпадает с античной традицией, или между Первой и Второй Мессенскими войнами (конец VIII – первая половина VII в.), или, наконец, после Второй Мессенской войны (VI в.)<sup>37</sup>. Позднюю дату связывают уже не с Ликургом, а с каким-то другим безымянным законодателем, проведшим реформирование Спарты под реставрационными лозунгами (Г. Вейд-Джери, Э. Эндрюс, Ю. Андреев).

Самая ранняя из предлагаемых датировок – конец IX – середина VIII в. Эту дату отстаивают те исследователи, которые признают историчность древней традиции о Ликурге и доверяют сообщению Фукидида, что *евномия* (благозаконие) появилась в Спарте за четыре века до Пелопоннесской войны (Г. Бузольт, Г. Берне, А. Гомм, Н. Хэммонд, Э. Фролов, И. Шишова, А. Печатнова). К 710 – 650 гг. относят деятельность Ликурга Ч. Стар, В. Форрест, Дж. Хаксли<sup>38</sup>. В другом месте Дж. Хаксли уточняет дату: Ликурга, а вместе с ним и Большую Ретру, он датирует 676 г. Основанием для этого служит сообщение перипатетика Гиеронима Родосского, что Ликург и Терпандр – современники (Athen. XIV. 635 f.). А так как Терпандру приписывают участие в реформировании корнейского праздника, то это делает Ликурга не только современником, но и возможным сотрудником Терпандра. К этой дате относят реформаторскую деятельность спартанского законодателя и автор этих строк.

Общую канву реформ Ликурга приводит Геродот, настаивая на том, что благодаря спартанскому законодателю полис получил *евномию* (ехнпмйз) – «благозаконие»: «Прежде у лакедемонян были даже почти что самые дурные законы из всех эллинов, т. к. они не общались ни друг с другом, ни с чужеземными государствами. Свое теперешнее прекрасное государственное устройство (ехнпмйз) они получили вот каким образом. Ликург, знатный спартанец, прибыл в Дельфы и спросил оракул... По словам некоторых, Пифия... предрекла Ликургу даже все существующее ныне спартанское государственное устройство. Как только Ликург стал опекуном царя, то изменил все законы и строго следил, чтобы их не преступали. Затем он издал указы о разделении войска на энтомотии, установил триакады и сисситии. Кроме того, Ликург учредил должность эфоров и основал совет старейшин. Так-то лакедемония переменили свои дурные законы на хорошие» (I, 65, 2–66, 1). Однако самому законодателю следует приписать только создание герусии вместе с архагетами и введение территориального вместо родового деления граждан полиса, т. е. проведение **реформы, знаменовавшей создание полиса**: провозглашалось создание пяти новых территориальных подразделений, сохранивших старые названия – филы, но каждая из них занимала территорию одной из уже существовавших деревень – об. Так была объединена община, ставшая городом-государством. Набор в армию основывался

на новой, фило-обовой системе: пяти филам и пяти обам (дорийским Лимнам, Киносарам, Месорам, Пиганам и ахейским Амиклам) соответствовало пять лохов – структурных подразделений, из которых состояло спартанское военное ополчение. «Введение нового административного деления вовсе не означало насильтенного уничтожения старых родовых фил. Баланс интересов был соблюден следующим образом. Если новые филы использовались главным образом в военно-политической отрасли, старые родовые филы, разделенные на фратрии и роды, продолжали сохранять свое влияние во многих областях социальной жизни, особенно в столь важной для спартанцев сфере, как религия. Так, во время ежегодных Карнейских празднеств танцоры и певцы, имитирующие военные тренировки, выступали каждый от своей родовой филы и фратрии (всего было представлено 27 фратрий)»<sup>39</sup>. Об этом мы узнаем из Большой Ретры, текст который приводит Плутарх: «Воздвигнув храм Зевса Силлания и Афины Силлании, разделив (народ) на филы и обы, учредив герусию из 30 (членов) вместе с архагетами, собирая время от времени народ на апеллу меж Бибикой и Кнакионом, таким образом предлагать (решение каких-либо вопросов) и отклонять (предложение); у народа же да прибудут власть и сила» (Lyc. 6. 2). Правительственным органом стала *герусия* (совет старейшин), состоявшая из 28 геронтов и 2 *царей-архагетов* (бсчбгебий – «основатели нового государства или нового культа»). Первыми геронтами при Ликурге стали его друзья и сторонники, «старики», достигшие 60 лет – «лучшие по добродетелям», сочетающие в себе и знатность, и высокие нравственные качества.

**Безымянный афинский законодатель 683 г. действовал в том же направлении. К трем действовавшим к тому времени архонтам – эпониму, басилюю, полемарху – были добавлены еще шесть архонтов-фесмофетов, ставших выполнять судебные функции.** Согласно преданию, царская власть в Афинах была отменена и представители царского рода Кодридов стали пожизненными архонтами-басилями еще в XI в. К 750 г. срок власти басиляя сократился до десяти лет, а с первой половины VII в. – до одного года<sup>40</sup>. Есть веские причины считать сокращение срока действия трех архонтов до одного года и введение должностей архонтов-фесмофетов событиями одновременными.

Гелиэя – название народного собрания в различных греческих государствах; будучи создано архонтом и под его председательством, оно называлось «гелиэей архонта» и занималось политическими делами; созданные басилем и под его председательством – религиозными делами («гелиэя басиля»); под председательством полемарха – военными делами («гелиэя полемарха»); наконец, «гелиэя фесмофетов» под председательством фесмофетов занималась судебными делами. Фесмофеты назначали дни заседаний, составляли коллегии судей, председательствовали на процессах *графэ параномон*, *эйсангелия* (делах о государственных преступлениях), при *докимасии* должностных лиц и при рассмотрении отче-

тов, представляемых стратегами. На них в дальнейшем лежала обязанность ежегодно просматривать действующие законы и выдвигать народному собранию предложения, направленные на ликвидацию пробелов и противоречий в них. Все девять архонтов составляли коллегию высших должностных лиц, но как единое целое не выступали. Гелиэя ко времени Солона почти потеряла какое бы то ни было реальное значение; ее вытеснила «экклесия» — собрание вызванных (архонтами) лиц из состава знати или более зажиточных людей<sup>41</sup>, но она позволила, с другой стороны, функционировать политической системе Афинского государства еще около ста лет, т. е. показала политическую прозорливость *Безымянного афинского законодателя* 683 г.

В это время Аттика была разделена на 48 округов, навкрай, каждая из которых должна была выставлять для государства в полной боевой готовности один корабль. Каждый такой округ возглавлялся особыми должностными лицами, «командирами кораблей», «навкрами», а вся организация возглавлялась «пританами (начальниками) навкрапов». Речь шла вероятно не о постройке кораблей, т. к. специальных военных кораблей в ту эпоху еще не существовало, а о приведении частновладельческих кораблей в боевое состояние; беднейшее пассионарное население округа, не имевшее таких кораблей, несло натуральные повинности работой по оснащению корабля и службой на нем в качестве матросов и воинов; командирами кораблей были навкрапы, которые несли материальные расходы и выставляли двух всадников от каждой навкрай. «Это учреждение, — отметил в свое время Ф. Энгельс, — подрывало родовое устройство двояким образом: во-первых, оно создавало публичную власть, которая уже не соппадала просто-напросто с совокупностью вооруженного народа; во-вторых, оно впервые разделило народ для общественных целей не по родственным группам, а по проживанию на одной территории»<sup>42</sup>. А в-третьих, добавим мы, позволило Афинам на существо жить по старым законам, не разрушая, а сохранивая традиции архаического времени. И эта реформа была произведена раньше, чем родовое архаическое деление было заменено на новое территориальное на суще, скажем так, для суши.

Влияние этрусков на Рим, отразившееся в правлении о властовании в том числе трех царей — Тарквиния Древнего, Сервия Туллия и Тарквина Гордого, — было во многом благоприятным для молодого этноса. Ценой этого явилось включение его в этнополитическую систему союза двенадцати этруских городов и управление Рима этрусскими правителями. **Реформа царя Сервия Туллия** — несомненный и крупный исторический факт, дошедший до нас от эпохи этрунского господства в Риме. Во-первых, Сервий создал четкий и твердый порядок поступления этрускам поголовной дани со всего населения (*трибута*) — как с патрициев, так и с плебеев, которых царь считал в одинаковой мере своими подданными, одинаково подлежащими обложению по своему имущественному состоянию (перепись населения и его

имущества; распределение по пяти имущественным и податным классам). Во-вторых, это новое разделение населения было использовано для распределения повинностей — как трудовых (сборы на общественные работы по постройкам), так и военных (*милития*). Для выполнения последней задачи все население — и плебеи, и патриции — были обязаны служить *во всенародном ополчении*, состоящем из 80 центурий (сотен) граждан первого класса, 20 — второго, 20 — третьего, 20 — четвертого, 28 — пятого. С учетом центурий всадников и вспомогательных сотен «пролетариев» общее число центурий составило 193. В это же время появились *центуриатные комиции*, имевшие еще характер простых военных сборов и смотров<sup>43</sup>. «Так был разрушен и в Риме, еще до отмены так называемой царской власти, древний общественный строй, покоявшийся на личных кровных узах, а вместо него было создано новое, действительно государственное устройство, в основу которого было положено территориальное деление и имущественные различия»<sup>44</sup>.

В деятельности реформаторов-политиков, осуществлявших материализацию юридического слов первостепенным являлся религиозный фактор — восстановление связи с божеством (божествами). Для Ликурга условием всех реформ является создание храмов Зевса Силлания и Афины Силлания (с этого начинается текст Большой Петры), т. е. происходит некая трансляция мирового центра из Дельф в новый полис, а новые храмы становятся своим Мировым Центром для всей Спарты. ўреллб — народное собрание спартантов, которое «время от времени» собирается между Бибикой и Кнакионом, — это уже не сходка воинов, а собрание полисного типа, является производным от имени бога Аполлона, т. к. «— началом и источником своих преобразований Ликург объявил Пифийского бога» (Plut. Lyc. 6.3.). В дорийском диалекте Аполлон звучало как ўрЭллэн вместо ионийского ўроллэн.

Для законодательства Зелевка, как и для Ликурга, важен религиозный фактор (Diod. 20 — 21), т. к. и в нем религиозные и юридические аспекты трудно-различимы, если не слиты воедино.

Рим в лице Сервия Туллия демонстрирует столь же явный синкретизм экономики и юридического слова. Вспомним, что одной из целей его реформы было собирание дани в пользу этрунского правителя. Как произвести изъятие прибавочного продукта от производителя (римского гражданина) к царю, не нарушая правовых и обыденных норм? Очень просто: налог взимался в форме жертвоприношения в казну храма. Об этом сообщает Дионисий Галикарнасский (IV. 15. 2 — 6): «Туллий построил убежища на таких возвышениях, которые могли обеспечить достаточную безопасность землевладельцам, дав им греческое название паги... Эти места также имели своих правителей, чьей обязанностью было не только знать имена всех землевладельцев, относившихся к этому пагу, но также и владения, за счет которых они жили. И когда возникала необходимость призвать сельчан к оружию или собрать военный налог, то они соби-

рали людей и взимали их имущество. И для того, чтобы их число не было неизвестным, но могло быть подсчитано и определено, он приказал им воздвигнуть алтари богам, хранителям и защитникам пага, и определил, чтобы они каждый год собирались и почитали этих богов общественными жертвоприношениями. Это событие он сделал одним из наиболее важных праздников, назвав их Паганалиями. И царь написал законы об этих жертвоприношениях, которые римляне до сих пор соблюдают. На эти жертвоприношения и собрания он приказал со всех членов пага поголовно взимать определенное количество денег, одно количество с мужей, другое – с женщин, третье – с детей. Когда это подсчитывалось совершившими жертвоприношение, то количество людей, разделенное по полу и возрасту, становилось известно... Затем, введя такие правила, он приказал зарегистрировать свои имена и указать собственность в денежном исчислении, в то же время дав клятву, предписанную законом, о том, что они честно дали верную оценку (имущества). Они должны были также указать имена своих отцов, их возраст и имена жен и детей, и каждый должен был объявить, в какой городской трибе или сельском паге он живет. Если кто не давал такой оценки, то Сервий Туллий установил наказание конфисковывать их имущество, а их самих, выпоров, продать в рабство. И этот закон долгое время сохранял силу у римлян»<sup>45</sup>.

На излете фазы подъема появляются и первые реформаторы религиозных текстов хоровой лирики, создатели дорийского мелоса Терпандр с Лесбоса и Клон из Тегеи. Древнейшее определение мелоса гласит, что он состоит из *слова, гармонии и ритма*, а т. к. с ритмом соединялись и танцы, то мелосом надо называть *соединение музыки, поэзии и оркестрики* (танцевального искусства)<sup>46</sup>. Дорийский мелос, строгий и близкий к религиозным песням, часто тождественный с ними, показывает пример эволюции от религии к светскому содержанию<sup>47</sup>, произведения которого первоначально предназначались богам (*номы, пеаны, просодии, парфении, гипорхемы, дифрамбы*), затем – героям (энкомии, эпиникии), а потом – частным лицам.

Большинство перечисленных здесь жанров сформировались после 657 г., т. е. в критический период – 1 (657 – 590 гг.), во второй же четверти VII в. – можно говорить о создании *нома, просодия, гипорхемы, пиррихия*, а также элегий, создателем которых является первый элегический поэт Эллады Каллин из Эфеса. «Если элегии и ямы развились главным образом у ионийцев, то мелос особенно был распространен у дорийцев и эолийцев, причем дорийский мелос является, вообще говоря, хоровым, в отличие от элегий и ямбов, которые или пелись монодически (соло), или вообще не пелись, и в отличие от эолийского мелоса, который пелся только монодически. Музыка выступала на первый план вместо едва заметного ритмического сопровождения в элегиях и ямбах. Традиционная связь мелоса с дорийским диалектом сохранилась в хоровых партиях трагедий»<sup>48</sup>. Первый приносит на ма-

терик Эллады (в Спарту) свои архаически-строгие «номы», вроде приписываемого ему преданием двустишия, в котором он величает Зевса только долгими слогами и которые Вяч. Иванов передал четыростишием из одних ударных слов: «*Зевс, ты – всех дел верх! // Зевс, ты – всех дел вождь! // Ты будь сих слов царь; // Ты правь мой гимн, Зевс!*». Он уже не довольствовался прежнею четырехструнною кифарою и изобрел семиструнную: «*Мало нам струн четырех; разлюбили мы лад стародавний: // Ты седмизвучной кифары прими новозданные гимны!*». А второй, живший в Фивах до 657 г., является создателем *авлодического нома печального характера* (под флейту), просодия (хоровой песни во время религиозных шествий). Из просодиев выкристаллизуется затем парод аттических трагедий.

## **Примечания**

1. Черкашин В. И. Религиозная античная (греко-латинская) протопублицистика: определение термина и методика исследования // Акценты: Новое в массовой коммуникации. – 2003. – Вып. 7-8. – С.69-70.
2. Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов. – М., 1995. – С.394-402.
3. Штаерман Е. М. От религии общины к мировой религии // Культура Древнего Рима. – М., 1985. – Т.1. – С.171-172.
4. Чит. по: Фрэзер Дж. Золотая ветвь. – Исследование магии и религии. – М., 1980. – С.553.
5. Акимова Л. И. Саркофаг из Агии Триады и ритуал жертвоприношения в Античности // Введение во храм: Сб. ст. – М., 1998. – С.73.
6. Немировский А. И. История Древнего мира: Античность: В 2-х ч. – М., 2000. – Ч.1. – С.185.
7. Чит. по: Емельянов В. В. Ритуал в Древней Месопотамии. – СПб., 2003. – С.15.
8. Levi – Strauss K. Mythologiques. IV // L'Homme nu. – Paris, 1997. – P.605.
9. Топоров В. Н. О ритуале. Введение в проблематику // Архаический ритуал фольклорных и раннелитературных памятниках. – М., 1998. – С.15.
10. Байбурин А. К. Ритуал в традиционной культуре. – СПб., 1993. – С. 16-17.
11. Байбурин А. К. Указ. соч. – С.27.
12. Лотман Ю. В. Внутри мыслящих миров: человек – текст – семиосфера – история. – М., 1996. – С. 344-356.
13. Черкашин В. И. Религиозная античная (греко-латинская) протопублицистика: определение термина и методика исследования // Акценты: Новое в массовой коммуникации. – 2003. – Вып. 7-8. – С.71.
14. Яйленко В. П. Архаическая Греция // Античная Греция: Проблемы развития полиса. – М., 1983. – С.128.
15. Гумилев Л. Н. Тысячелетие вокруг Каспия. – М., 1998. – С.30.
16. Полякова Г. Ф. От микенских дворцов к полису // Античная Греция: Проблемы развития полиса. – М., 1983. – С.115.
17. ВДИ. – 1961. - № 1. – С. 23-41.

18. Ленцман Я. А. Рабство в микенской и гомеровской Греции. – М., 1963. – С.194.
19. Полякова Г. Ф. Указ. соч. – С.116.
20. Клейн Л. С. Анатомия «Илиады». – СПб.:Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1998. – 560 с.
21. Гиндин Л. А. Население гомеровской Трои: историко-филологические исследования по этнологии древней Анатолии. – М., 1999.
22. Гринбаум Н. М. Микенологические этюды (1959-1997). – СПб., 2001.
23. Лосев А. Ф. Гомер. – М., 1996.
24. Андреев Ю. В. Цена свободы и гармонии. Несколько штрихов к портрету Греческой цивилизации. – СПб., 1999.
25. Элиаде М. Очерки сравнительного религиоведения. – М., 1999. – С.337.
26. Там же. – С.347-348.
27. Акимова Л. И., Кишишан А. Г. О мифоритуальном смысле зонтика // Эtrusci и Средиземноморье. – М., 1994. – С.91.
28. Штаерман Е. М. От религии общин к мировой религии // Культура древнего Рима. – М., 1985. – Т 1. – С.128.
29. Там же. – С.142.
30. Штаерман Е. М. От религии общин к мировой религии. Культура Древнего Рима. – М., 1985. – С.115.
31. Немировский А. И. Идеология и культура раннего Рима. – Воронеж, 1964. – С.28-56.
32. Маяк И. И. Проблема генезиса римского политса.– ВДИ, 1976. – № 4.
33. Штаерман Е. М. Указ. соч. – С.117-118.
34. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. – Л., 1990. – С.491, 527.
35. Словарь понятий и терминов теории этногенеза Л. -Н. Гумилева (Сост. ВА. Мичурин. Под ред. Л. Н. Гумилева) Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. – Л., 1990. – С.505.
36. Эллинские поэты VII-III века до н.э.: Эпос, элегия, ямы, мелика. – М., 1999. – С.237.
37. Печатнова А. Г. История Спарты (период архаики и классики). – СПб., 2001. – С.24.
38. Huxley G. L. Early Sparta. – London, 1962. – P. 42.
39. Печатнова А. Г. История Спарты (период архаики и классики). – СПб., 2001. – С.44.
40. Всемирная история государства и права: Энциклопедический словарь. – М., 2001. – С.25.
41. Лурье С. Я. История Греции. – СПб., 1993. – С.186.
42. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства / Маркс К., Энгельс Ф. // Соч. – Т.21. – С.114.
43. История древнего мира. – М., 1952. – С.461- 464.
44. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства / Маркс К., Энгельс Ф. // Соч. – Т.21. – С.118.
45. Печатнова А. Г. История Спарты (период архаики и классики). – СПб., 2001. – С.40-41.
46. Лосев А. Ф., Сонкина Г. А., Тахо-Годи А. А. Античная литература. – М., 1980. – С.84.
47. Указ. соч. – С.85.

г. Старый Оскол.



**А. И. Гончаров**

## **Юродство как религиозно-публицистический элемент в «Хождении за три моря» Афанасия Никитина**

Одним из самых ярких произведений древнерусской литературы по праву считается «Хождение за три моря» тверского купца Афанасия Никитина. Оно имеет целый ряд своих весьма своеобразных особенностей и загадок, хотя в общем-то литературный объем его и не велик.

Для того, чтобы полноценно раскрыть заявленную нами в названии статьи тему, мы просто обязаны выявить этноисторическую обстановку на северо-востоке Руси во время, непосредственно предшествующее появлению «Хождения за три моря».

Общеизвестно, что Афанасий Никитин начал путешествие в 1468 г. из Твери. А закончились странствия этого русского купца смертью его на территории Литвы, где-то недалеко от Смоленска (1474 г.?).

Политическая ситуация на Руси во второй половине XV в. складывалась следующим образом: неуклонное расширение границ Московского княжества привело к тому, что в 1462 году Новгородская земля попала в полузависимое положение от Москвы. Присоединение Бежецкого Верха, Ржева и Волока-Ламского к союзу московских городов поставило формально независимое Тверское княжество в тяжелейшее положение – оно оказалось во враждебном окружении, в сущности, часы его свободного бытования были сочтены. Москва же, пережив феодальную усобицу, значительно укрепилось, а в годы правления Ивана III Васильевича – удачливого и мудрого правителя – завершила победой многолетнюю борьбу Руси против господства Золотой Орды. Москва, кроме того, являлась и духовным центром обширного региона – кафедра митрополита занимала место некоего религиозного магнита, притягивающего к себе православных людей Северо-Восточной и Северо-Западной Руси. Москва отвергала Ферраро-Флорентийскую унию, авторитет Константинопольской патриархии был на Руси значительно подорван, а в 1441 г. на московский митрополичий престол был самостоятельно, собором русских епископов, поставлен владыка Иона. Литва, считавшаяся всегда верным союзником Твери, уже в силу своего предпочтения католицизма перед православием, автоматически стала бросать неудобную в этнорелигиозной перспективе тень и на саму Тверь<sup>1</sup>. И еще, в начале XV века из Пскова в Тверь перебрались представители крайне-радикального крыла «ереси стригольников», которые из всей христианской Троицы признавали Богом только Бога-Отца<sup>2</sup>, впро-

чем, за мнимым единобожием скрывалась дуалистическая ересь в стиле павликиан и альбигойцев-катаров (кстати, псковские еретики были такими же «стригольниками», как катары – «ткачами»).

В этногенетическом развитии Москва, также как и в историко-политическом, уверенно заняла лидирующее положение на Руси; например, на территорию Московского княжества мигрировали не только из русских и ордынских земель, но и из Литвы<sup>3</sup>. Если использовать для анализа теорию пассионарного этногенеза Л. Н. Гумилева, то окажется, что Северо-Восточная Русь в XV веке находилась в стадии перехода от подъема к акумуляции, причем количество активных и предприимчивых людей тут продолжало стабильно увеличиваться<sup>4</sup>. Тверь в соревновании с Москвой уже проиграла, но тверяне в этногенетическом процессе ни в чем не уступали москвичам, недаром купец Афанасий Никитин не остановился после постигшей его неудачи в землях, хорошо известных русским людям, а отправился в неизведенную Индию...

Любопытным для нас в этногенетическом плане представляется феномен юродства. Юродивые, по оструйному замечанию философа и публициста XIX в. В. С. Соловьева, определяются как «иррегулярные монахи»<sup>5</sup>. Юродство по своей природе публицистично всегда, оно провокационно и направлено на обличение грехов людей и общества, иногда через самое совершение греховых поступков и деяний. «Классические» юродивые появились в Византии в 5–6 вв., т. е., если употреблять терминологию Льва Гумилева, в период перехода от фазы подъема к фазе акумуляции (иначе «перегрева»); в фазе надлома византийское юродство малозначимо, а в инерционной фазе (фазе «цивилизации») происходит снижение уровня юродства, оправдание оного, при этом усиливается заочное почитание древних юродивых. Нечто подобное наблюдается в этнической истории Киевской Руси – Московской Руси – России. Если в эпоху Киевского государства известен всего лишь один настоящий юродивый – Исаакий Печерский (XI в.), то начиная с XIV века Северо-Восточная Русь регулярно «поставляет» достаточно приличное число юродивых (иное название – «похабы»). Пик «классического» русского юродства – это XVI век, но и в веке XV прославились такие выдающиеся юродивые, как Максим Нагоходец, Михаил Клопский, Георгий Шенкурский и др.<sup>6</sup> Русское юродство, рассматриваемое в свете теории Л. Н. Гу-

милева, повторило от «А» до «Я» византийский путь. В Киевской же Руси неразвитость юродства можно объяснить так: XI век – это инерционная фаза этногенеза, пассионариев уже немного, поэтому-то и вызывают интерес жития византийских юродивых, но национальной искренней тяги к данному типу святости, за редким исключением, просто нет.

Различные типы святости на Руси в той или иной мере выкристаллизовывались в литературе, следовательно, должно было обозначаться и юродство, но, учитывая специфику такого вида святости, и обнаружить себя оно должно было по-особому. По нашему мнению, это и произошло в «Хождении за три моря» Афанасия Никитина, человека вряд ли святого. И юродство здесь следует понимать именно как религиозно-публицистический элемент.

Отметим один важный постулат, заключающийся в том, что изучать литературные произведения Средневековья следует не только с позиций нынешнего дня, но и исходя из того, как они могли бы восприниматься современниками – средневековыми людьми. О. Э. Мандельштам, говоря о «Божественной комедии» Данте, отмечал: «Нам уже трудно себе представить, каким образом... вся библейская космогония с её христианскими придатками могла восприниматься тогдашними образованными людьми буквально как свежая газета, как настоящий экстренный выпуск»<sup>7</sup>. «Хождение» тоже было воспринято как «свежая газета».

По сути, в творении Афанасия Никитина выделяются две ведущие темы-системы: доминирующая – путевые заметки и рассказ об изведенных и неизвестных странах; рецессивная – религиозно-публицистические размышления о вере, о воздействии религиозно-чуждого окружения на внутренний мир заблудшего православного христианина. Не следует забывать, что так надолго (во времени) и так глубоко (в географическом измерении) в исламский мир мало кто из русских людей XV века, кроме Афанасия, погружался. Конечно, Русь имела контакты с мусульманскими землями: Золотой Ордой, Кавказом, Малой Азией, Персией и др., но в Индию других путешествий мы не знаем...

Вопрос об истинности веры во второй половине XV в. носил не праздный характер. Русские в массе своей являлись православными христианами, а в промежуток времени между 12 июля 1492 г. и 27 января 1493 г. ожидался Конец Света<sup>8</sup>. Скажем, что захват мусульманами-турками в 1453 г. Константинополя считался подтверждением эсхатологических ожиданий. Афанасий Никитин явно был в курсе всех этих слухов, страхов и чаяний, циркулировавших в православной среде на Руси. Юродство в такой обстановке закономерно приобретало определяющее значение.

Если рассматривать русское юродство с позиции теории коммуникации, то можно выделить одну знаковую деталь: юродивый активно выступает как коммуникатор, в качестве же перципиентов выделяются как отдельные люди, так и группы людей – большие и малые. Коммуникативную направленность «Хождения за три моря», через призму юродства, мы и попы-

таемся уловить в нашем исследовании, применяя ограниченную деконструкцию текста.

При подробном изучении интересующего нас древнерусского произведения выделяются не менее трех пластов-текстов внутри основного текста, взаимопроникающих друг в друга и одновременно обособленных. Первый пласт содержит в себе описание реального путешествия, реальных событий, приключившихся с Афанасием Никитиным, реальной жизни (военных походов, торгов, ритуальных церемоний и т. п.), тут все оценивается с точки практической купеческой пользы. Например, Афанасий пишет: «Мне залгали псы бесермены, ано нът ничего на нашу землю: все товар бѣлой на бесерменскую землю, перец да краска, то и дешево. Ино возят ачеи морем, ини пошлины не дают. А люди иные намъ провести пошлины не дадут. А пошлии много, а на море разбойников много...»<sup>9</sup>.

Второй пласт включает в собственную конструкцию религиозные переживания, покаянные плачи, и именно в нем напрямую просвечивается юродство. В данном пласте русский текст часто перемежается и перебивается текстами и словами на иностранных языках: тюркском, персидском и др. Безусловно, что и в первом пласте используются иноязычные слова, но употребление их носит чисто pragmaticальный характер, в отличие от второго, где происходит сакрализация слов.

Во втором пласте молитва не на русском языке выступает как провокация, в особенности последняя по счету, в коей Бог награждается подлинным кораническими эпитетами, такими как «...каратель, разрешающий все затруднения, питающий, победоносный, всеведущий, карающий, исправляющий, сохраняющий, возвышающий...»<sup>10</sup> и т. д. Откровенно говоря, странная запись для русского человека, идущего на Русь и который «...сжалихся по въре крестьянской»<sup>11</sup> и «...много плаках по вере кристианской»<sup>12</sup>. Афанасий Никитин дает и советы предполагаемым православным читателям и слушателям (нам следует помнить, что в эпоху Средних веков книги стоили дорого и в частном владении их было мало; в основном знакомство с текстами шло по принципу: один читает вслух – остальные внимают): «О благовѣрни рустии кристияне! Иже кто по многим землям много плавает, во многие беды впадают и въры ся да лишают крестьянские»<sup>13</sup>. Для тверского купца веры нет без культовой формы, исполнения хотя бы простейших обрядов, действий и обычаев – тут четко проявляется философская проблема соотношения формы и содержания. Нам мнится, что выдающийся русский публицист и историософ XIX века К. Н. Леонтьев отлично бы понял купца – интеллектуала XV века. Леонтьев писал: «... все эти внешние формы, говорю я, вовсе не причуда, не вздор, не чисто «внешние вещи», как говорят глупцы, нет, они суть неизбежные последствия, органически вытекающие из перемен в нашем внутреннем мире, это неизбежные пластические символы идеалов, внутри нас созревших или готовых созреть...»<sup>14</sup> В душе Никитина созрела тоска по православной вере, она и вырвалась в плачах о потере веры и в юродских пассажах псевдомусульманских молитв.

## **Юродство как религиозно-публицистический элемент в «Хождении за три моря» Афанасия Никитина**

Афанасий провоцирует своих перципиентов, заставляет их задуматься о правильности и уникальности христианства, даже восхваление «веры Магометовой» и упоминание Бога по-мусульмански направлены на защиту православия. Все это составляет религиозно-публицистический пафос «Хождения за три моря».

В качестве перципиентов Афанасием Никитиным выбираются, вольно или невольно, широкие слои русского общества: книжные люди (на них и направлено воздействие текстов на иностранных языках); люди простые: купеческого, посадского или иного звания (плачи о вере на русском языке предназначены им); тверские еретики (упоминание единого Бога по мусульманским правилам должно показать, что взгляды «стригольников» не слишком-то отличаются от представлений исламского мира, так что сим и опровергается оригинальность претензий их на истинность веры); православные священнослужители /диалог с бесерменином Меликом провоцирует эту группу/.

Из всего вышеуказанного, по нашему мнению, хорошо видно, что литературное юродство Афанасия Никитина фиксирует себя в «Хождении за три моря» как публицистический элемент, усиливающий воздействие на массовую аудиторию.

Русский путешественник постоянно пытается казаться хуже, чем он есть (т. е. опять юродствует). Примерами здесь могут служить: тот же диалог с мусульманином Меликом, где оппонент заявляет: «Истинну ты не бесерменин кажися, а кристьянства не знаешь»<sup>15</sup>, и постоянная печаль Афанасия по поводу потери книг. Следует непременно выделить и замечание Никитина о том, как легко принять ислам в чужих землях: «Ино, братие рустии христиания, кто хощет поити в Бындыйскую землю, и ты остави въру свою на Руси, да восклинув Махмета да поити в Гундустанскую землю»<sup>16</sup>. Фактически, эта фраза имеет два смысла: первый – объяснение того, что нормально жить и торговать в исламских землях может только мусульманин, второй – принятие ислама в тогдашней Индии не требовало обрезания, достаточно было прилюдно исповедовать Мухаммеда пророком Аллаха. Несмотря на означенное, Афанасий Никитин не стал мусульманином (выбирая дорогу домой, он старается избежать пути на Мекку, ибо там избежать принятия ислама не удалось бы), хотя своих потенциальных перципиентов купец провоцирует через некоторые сомнительные строки, но эта провокация идет на подсознательном уровне: «А может быть, все-таки Афанасий стал мусульманином? А может, не стал?»

Извините, но тут нам видится обыкновеннейшее юродство.

Кстати, спешим сообщить следующий факт: Никитин с помощью христианских праздников отмечает вехи своего путешествия по иноверным землям, (впрочем, он использует и мусульманский календарь). По частоте упоминания лидирует Пасха, или «Велик день», а вот затем следует праздник Покрова. Нам кажется, что это не случайно. «Покров – символ, обозначающий мистическую силу, объединяющую и защищающую христиан, это моление Богородицы Христу за мир, это моление мира, Церковь»<sup>17</sup>.

Праздник Покрова Пресвятой Богородицы на Руси связывался с именем известнейшего византийского юродивого св. Андрея Цареградского. Может быть, далеко не случайно Афанасий Никитин отдает предпочтение празднику Покрова, скажем, перед Рождеством Христовым.

Внутренняя суть юродства пробивается в «Хождении за три моря» и в том, что Афанасий некоторым образом обезличивает себя, ни разу не упоминая имени своего святого-покровителя, в честь которого и получил свое имя при крещении. Интересно, что в Индии Никитин именует себя Юсуфом Хорасани. Однако мусульманский Юсуф – это библейский Иосиф, и из Ветхого Завета мы знаем, что ему тоже были присущи некоторые черты юродивого и он совершил совсем недобровольное «путешествие» в Египет (Быт. 37, 2-10; Быт. 37, 25-28; Быт. 39, 1).

Во втором пласте эффект юродства пробивается и в иноязычных текстах, затрагивающих сексуальные взаимоотношения<sup>18</sup>.

Интересным для нас будет и третий пласт «Хождения», в котором совершается обрисовка Индии как «изнаночного мира» (если воспользоваться терминологией Д. С. Лихачева)<sup>19</sup>. «Изнаночный мир», «кромешный мир» противостоит миру Руси, ибо лишь на Руси сохраняется истинная православная вера. А в Индии все шиворот-навыворот: Иерусалиму и Мекке противопоставляется Парват, а индийцы-язычники вроде бы молятся по-христиански, да не единому Богу, и «бут», казалось бы, похож на статую императора Юстиниана, да «...на нем ныт ничего, а гузно у него обязано ширинкою, а видение обезьянино»<sup>20</sup>.

В третьем пласте ясно прослеживается игровая мотивация противоположности Руси и «изнаночного мира». Игра проникает в литературное юродство, отсюда и возникают сообщения тверского купца в апокрифическом духе об Адаме, которого якобы чтут язычники (вряд ли Афанасий спутал Адама и атман!), и о захоронении первочеловека на Цейлоне – версии, не соответствующей каноническим писаниям и преданиям ни христианства, ни иудаизма, ни ислама. А вот обвинение «изнаночного мира» в грехах (кои, кстати, присущи были и миру истинному) могли бы послужить иллюстрацией к концепции игры Й. Хейзинги, особенно для его трактовки явления потлача и состязания в хуле<sup>21</sup>. Афанасий Никитин обличает: «А все черные люди, а все злодеи, а жонки все бляди, да въди, да тати, да ложь, да зелие, осподарев морят зелием»<sup>22</sup>.

Игра-юродство во сто крат усиливает публицистичность третьего пласта «Хождения за три моря».

В самом начале своего повествования Афанасий Никитин написал, что он свое хождение называет грехным, в пику многочисленным известным на Руси каноническим и апокрифическим праведным хождениям (например, в Святую Палестину ко Гробу Господню). Никитин здесь вновь юродствует, так как выше идет традиционный зачин, присущий описаниям и «святых хождений». Таким образом, юродство как элемент религиозной публицистики присутствует в «Хождении за три моря» от первых абзацев и до последних. В XV веке нет публицистических

произведений, где бы юродство играло такую же роль, как в изящном сочинении Афанасия Никитина, и лишь значительно позднее юродство сможет по-настоящему проявиться в публицистике царя Иоанна Грозного и, неистового в вере, проповедника Аввакума. А в наше время литературное юродство замечательно объявило себя в религиозной публицистике иеромонаха Серафима (Роуз) и диакона Андрея Кураева.

Традициям свойственно продолжаться и в современных условиях – что-то есть в массовой коммуникации от древнего и средневекового юродства...

### **Примечания**

1. Гумилев Л. Н. От Руси к России: очерки этнической истории. – М., 1992. – С. 183.
2. Никольский Н. М. История русской церкви. – М., 1985. – С. 85-86.
3. Янов А. Л. Россия: у истоков трагедии. 1462-1584. Заметки о природе и происхождении русской государственности. – М., 2001. – С. 73-75.
4. Гумилев Л. Н. От Руси к России. – С. 294-295.
5. Соловьев В. С. Три разговора / Соловьев В. С. / Избранное. – М., 1990. – С. 250.
6. Иванов С. А. Византийское юродство. – М., 1994. – С. 146-147.
7. Юрганов А. Л. Категории русской культуры. – М., 1998. – С. 331.
8. Плигузов А. И., Тихонюк И. А. Послание Дмитрия Траханиота новгородскому архиепископу Геннадию Гонзову о седьмеричности счисления лет /Плигузов А. И., Тихонюк И. А. // Естественнонаучные представления Древней Руси. – М., 1988. – С. 52.
9. «Хождение за три моря» Афанасия Никитина // Библиотека литературы Древней Руси. – СПб., 1999. – Т.7. – С. 356.
10. Там же. – С. 379.
11. Там же. – С. 368.
12. Там же. – С. 368.
13. Там же. – С. 366-368.
14. Леонтьев К. Н. Средний европеец как идеал и орудие всемирного разрушения / Леонтьев К. Н. //Храм и церковь. – М., 2003. – С. 492.
15. «Хождение за три моря» Афанасия Никитина // Библиотека литературы Древней Руси. – СПб., 1999. – Т.7. – С. 358-369.
16. Там же. – С. 356.
17. Плюханова М. Б. Сюжеты и символы Московского царства. – СПб., 1995. – С. 50.
18. «Хождение за три моря» Афанасия Никитина // Библиотека литературы Древней Руси. – СПб., 1999. – Т.7. – С. 354, 362.
19. Лихачев Д. С. Смех как мировоззрение // Лихачев Д. С. Историческая поэтика русской литературы. – СПб., 1997. – С. 378-380.
20. «Хождение за три моря» Афанасия Никитина... – С. 360.
21. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня./ Пер. с нидерл. – М., 1992. – С. 82-84.
22. «Хождение за три моря» Афанасия Никитина... – С. 356.

### **Литература**

- Апокрифы Древней Руси / Сост., предисл. М. Рождественский. – СПб., 2002.
- Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. – М., 1995.
- Гумилев Л. Н. От Руси к России: очерки этнической истории. – М., 1992.
- Деррида Ж. Письмо и различие. / Пер. с франц. – СПб., 2000.
- Жолудь Р. В. Начало православной публицистики: Библия, апологеты, византийцы. – Воронеж, 2002.
- Иванов С. А. Византийское юродство. – М., 1994.
- История русской литературы 11-17 веков: Учебник. / Под ред. Д. С. Лихачева. – М., 1985.
- Кириллин В. М. Символика чисел в литературе Древней Руси (XI-XVI века). – СПб., 2000.
- Кураев А. Сатанизм для интеллигенции: В 2-х т. – М., 1997.
- Леонтьев К. Н. Храм и церковь. – М., 2003.
- Лихачев Д. С. Хождение за три моря Афанасия Никитина // Великое наследие. – М., 1980.
- Лихачев Д. С. Смех как мировоззрение // Лихачев Д. С. Историческая поэтика русской литературы. – СПб., 1997.
- Лурье Я. С. Идеологическая борьба в русской публицистике конца XV – начала XVI века. – М.-Л., 1960.
- Никольский Н. М. История русской церкви. – М., 1985.
- Ольденбург З. Костер Монсегюра. История альбигойских крестовых походов / Пер. с франц. – СПб., 2001.
- Прохоров Е. П. Искусство публицистики: размышления и разборы. – М., 1994.
- Плигузов А. И., Тихонюк И. А. Послание Дмитрия Траханиота новгородскому архиепископу Геннадию Гонзову о седьмеричности счисления лет // Естественнонаучные представления Древней Руси. – М., 1988. – С. 61-75.
- Плюханова М. Б. Сюжеты и символы Московского царства. – СПб., 1995.
- Руднев В. П. Словарь культуры XX века. – М., 1998.
- Семенов Л. С. Путешествие Афанасия Никитина. – М., 1980.
- Серафим (Роуз). Православие и религия будущего. – М., 1996.
- Соловьев В. С. Три разговора / Соловьев В. С. // Избранное. – М., 1990.
- Топоров В. Н. Святость и святые в русской духовной культуре. – М., 1995. – Т. 1.
- Ученова В. В. У истоков публицистики. – М., 1989.
- Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. / Пер. с нидерл. – М., 1992.
- «Хождение за три моря» Афанасия Никитина // Библиотека литературы Древней Руси. – СПб., 1999. – Т.7.
- Юрганов А. Л. Категории русской культуры. – М., 1998.
- Янов А. Л. Россия: у истоков трагедии. 1462-1584. Заметки о природе и происхождении русской государственности. – М., 2001.

г. Старый Оскол.

**А. В. Тараненко**

## **Хосе Ортега-и-Гассет – потомственный журналист, издатель и публицист**

Хосе Ортега-и-Гассет (1883 – 1955) известен большой аудитории как великий испанский философ, политолог, культуролог и социолог. Но мало кто знает, что он является потомственным журналистом, издателем и публицистом. Завоевание информационного рынка Испании членами семьи Ортеги начинается с XIX века, когда этот рынок был фактически конституирован. Если попытаться дать характеристику всем периодическим изданиям, выходившим в то время, то можно с уверенностью сказать, что в информационном пространстве страны на тот момент были представлены все типы газет: официальные, органы партий и патриотических обществ, отраслевые и специализированные издания, альманахи, ежегодники, календари. Крайне важное значение имели сатирические газеты. Стали появляться периодические издания на местных диалектах и иностранных языках<sup>1</sup>.

Произошел переворот в жанровом плане: с одной стороны, газеты перешли к более легким жанрам (хроника, репортаж, интервью), с другой – продолжали активно использоваться приемы и формы, скорее свойственные литературе, беллетристике (укажем на весьма распространенные в газетных статьях аллегории, поэтические вымыслы). При оформлении изданий стало отдаваться предпочтение рисункам и карикатурам.

Как видно из вышеперечисленного, испанский информационный рынок был хорошо структурирован и максимально разнообразен. В этой ситуации, чтобы выдержать конкурентную борьбу и занять информационную нишу, надо было предложить рынку новые форматы изданий и изобретать новые способы завоевания читательской аудитории. Такая задача предстояла семье Хосе Ортеги-и-Гассета и ему самому в том числе.

Первым, кто вступил в борьбу за информационное пространство Испании, стал дед Хосе Ортеги-и-Гассета со стороны отца – Хосе Ортега Сапата. Он родился 8 апреля 1824 года в испанском городе Вальядолиде в семье военного чиновника в провинции Старая Кастилия. Именно с Х. Ортеги Сапаты начинается традиция называть одного из потомков по мужской линии именем Хосе; именно он является первым журналистом в этой семье, положившим начало тому, что его сыновья и внуки хотя бы один раз в жизни самостоятельно издавали какое-либо печатное издание. Будучи юристом по образованию, Ортега Сапата работал в Министерстве помилования и

правосудия, был управляющим по налогам и сборам на Кубе и заместителем судьи в испанском городе Пласенсия.

На протяжении всей своей жизни он сотрудничал со многими испанскими периодическими изданиями. Хосе Ортега Сапата был редактором таких мадридских газет, как: «Эль Рейно» (1864), «La Libertad» (1866), «Эль Леон Эспаньоль» (1867), «Эль Пуэнте де Альколео» (1868–1870), «Эль Тьемпо» (1871), «Эль Эко дель Прогрессо» (1872). В период с 1851 по 1854 годы он писал статьи по музыкальной тематике для газет «La Semana», «Эль Орден», «Эль Конституциональ», «La Época», «Эль Менсахеро».

Необходимо отметить, что Ортега Сапата был скрипачом и в трудные времена зарабатывал на жизнь, давая частные уроки игры на скрипке. Это обстоятельство во многом объясняет его решение издавать на собственные средства газету «Гасета музыкальде Мадрид». По сути, он являлся ее единственным сотрудником. Первый номер газеты появился 5 октября 1865 года. Он состоял из четырех страниц, на каждой из которых было по две колонки. В нем были напечатаны статьи о новой постановке оперы «Африканки» Мейербера, о религиозной музыке и о музыке Россини. Газета выходила регулярно каждый четверг. Она стоила два реала в розницу, шесть реалов в месяц для подписчиков и двадцать один реал в квартал для подписчиков из провинции<sup>2</sup>. «Гасета музыкальде Мадрид» печатала частные объявления по цене одного реала за строчку для подписчиков и два реала для всех остальных.

Основание данной газеты не было случайностью. Ведь в XVII – XIX веках во многих странах мира наблюдалась тенденция к переходу от массово-информационных изданий к специализированным, что во многом было связано с повышением культурного и образовательного уровня населения, со стремлением издателей увеличить круг своей читательской аудитории и более качественно удовлетворить круг ее интересов и запросов. Так, например, в США и в России именно в данный период начинают выходить специализированные журналы для женщин и для детей.

Еще одну причину основания данной газеты следует искать в том, что Х. Ортега Сапата был очень проницательным человеком и справедливо рассудил, что издание подобного рода было просто необходимо в период, когда все периодические издания в основном писали о политике. Люди устали от изобилия политических интриг и хотели отвлечься от повсед-

невных проблем. Эту функцию и взяла на себя газета «Гасета музикаль де Мадрид».

Цели «Гасета музикаль де Мадрид» были указаны в ее проспекте: «Уже долгое время чувствуется необходимость в газете, посвященной исключительно музыкальным вопросам; едва ли нет кружка, в котором бы не говорили об искусстве и не преклонялись перед ним, в котором бы не сожалели о необходимости создания периодического органа, который бы освещал проблемы искусства детально, скрупулезно и постоянно рассказывал бы о музыке и музыкантах»... «Нашим неизменным девизом есть и будет: все для искусства и ради искусства [...], но мы должны добавить, что наши статьи, как о произведениях, так и об исполнителях, хотя и будут критическими, но от этого не перестанут быть галантными...»<sup>3</sup>

В газете были следующие рубрики: 1) итальянский театр (репертуар итальянских театров и близайшие постановки Мадридского королевского театра); 2) религиозная музыка; 3) музыкальная консерватория (о вручении премий, о поступлении в консерваторию); 4) испанские и зарубежные хоровые общества; 5) корреспонденция (сообщения корреспондентов из крупных испанских городов и из-за рубежа).

Всего вышло 43 номера газеты. Она закрылась в 1866 году.

В 1895 году в возрасте 71 года Хосе Ортега Сапата опубликовал в газете «Эль Норте де Кастилья» серию из 34 статей под общим названием «Развлечения семидесятилетнего вальядолидца», в которой рассказал о своем родном городе Вальядолиде в период с 1830 по 1847 годы. В том же году газета «Эль Норте де Кастилья» выпустила данные эссе отдельной книгой. А через 88 лет, в 1983 году, священник и профессор университета Вальядолида Лоренсо Рубио Гонсалес переиздал этот том с дополнениями и критикой.

В этом произведении Ортега Сапата рассказал о своем городе очень интересно и увлекательно. Особого внимания заслуживает упоминание названий некоторых рассказов, в которых чувствуется журналистское чутье автора: «Социалист и коммунист», «Пройти на четыре года вперед, чтобы вернуться на три года назад», «Упразднение студенческих маний», «Воздух, вода, огонь и земля».

Эссе Хосе Ортеги Сапаты были посвящены описанию многих интересных фактов жизни его родного города, но особенно привлекают внимание читателя три темы: о гигиене или, точнее сказать, об ее отсутствии; о кондитерской некоего Гордалиса, сын которого был большим другом автора; описание вальядолидского хлеба.

«Гигиена, — как повествует нам «Развлечение XII», — была практически неизвестна в Вальядолиде в 30-е и последующие годы [...] Из-за того, что в домах не было специальных комнат, туалетов, нужду справляли при помощи нужной и секретной вещи. Горшок играл большую роль в первые часы утра, в девять часов вечера и позднее ночью. Служанки, отвечающие за горшки, вешали их на левую руку и шли к реке Эсгуэве мыть их. Запах, стоящий в эти часы в Вальядолиде... не мог сравниться даже с амброй»<sup>4</sup>.

Х. Ортега Сапата очень восторженно описывает хлеб, который пекут в Вальядолиде. Он с гордостью говорит о том, что такого хлеба, «как в моем родном городе, по качеству и по вкусу я не пробовал нигде»<sup>5</sup>, описывает национальные лакомства, о которых он знал не понаслышке: у отца его друга была кондитерская: были там и кукурузные хлопья, и жареные горох и индейка, голуби, всевозможные закуски и десерты.

Умер Хосе Ортега Сапата в 1903 году в городе Малага в возрасте 79 лет.

Итак, Хосе Ортега Сапата сумел отвоевать определенную информационную нишу своей газетой «Гасета музикаль де Мадрид», что было достаточно сложным делом ввиду его финансовых трудностей. Ни гнущаясь никакой работой, этот человек сумел выстоять в конкурентной борьбе и выйти из нее победителем. Возможно, эти стандарты поведения Хосе Ортеги Сапаты на рынке журналистских изданий во многом определили поведение его потомков, которые так же, как и он, прикладывали максимум усилий, чтобы их периодические издания заняли достойное место на испанском информационном рынке. Он явился одним из основателей великой династии испанских журналистов и публицистов, наряду с Эдуардо Гассетом-и-Артиме, вторым дедом Хосе Ортеги-и-Гассета, по материнской линии.

Э. Гассет-и-Артиме родился 13 июня 1832 года в городе Понтеvedra. В 11 лет он был послан родителями в Мадрид для работы в одном из банков. Позднее работал в Министерстве финансов; несколько раз избирался в Кортесы от либеральной партии, благодаря поддержке богатых и влиятельных родственников жены Рафаэлы Чинчилья-и-Диас де Оньяте.

Но его интересовала не только политика. Эдуардо Гассет-и-Артиме также активно занимался литературой и журналистикой. Он был связан с молодыми поэтами и писателями, многие из которых впоследствии заняли видные места в испанской литературе: Кановас, Кастилар, Айала, Экилас. Он дружил также с известным журналистом того времени Анхелем Фернандесом де лос Риосом. Благодаря протекции этого человека, Гассет-и-Артиме получил возможность сотрудничать в газетах «Лас Новедадес» и «Семанал Пинтореско Эспаньоль». Дедушка Хосе Ортеги-и-Гассета являлся членом литературного кружка, который собирался в «Швейцарском кафе». Вместе с его членами он принимал участие в создании альманаха «Альманаке Омнибус 1856», который пользовался большим успехом, и еще одного альманаха «Альбум де ла инфансия», единственный сохранившийся экземпляр которого находится сейчас в Испанском обществе в Нью-Йорке.

5 февраля 1862 года Эдуардо Гассет-и-Артиме основал свою первую еженедельную газету «Эль Эко дель Паис», которая должна была защищать интересы генерала Примо де Риверы, политическая программа которого была основана на трех традиционных испанских гарантках порядка: армии, церкви и

монархии. В 1863 году газета стала ежедневной. Гассет-и-Артиме планировал выпустить к ней литературное приложение «Библиотека де Эль Эко дель Паис», в котором должны были печататься произведения современных писателей и поэтов. Но данный проект так и не получил воплощения. К сожалению, Э. Гассет-и-Артиме не добился на этот раз успеха на журналистском поприще. Из-за финансовых трудностей ему пришлось в 1863 году продать газету своему шурину Хуану Чинчилье.

Через пять лет, 16 марта 1867 года, в Мадриде появилась новая газета Эдуардо Гассет-и-Артиме – «Эль Импарсиаль», на многие годы занявшая ведущие позиции в испанских СМИ и принесшая своему основателю и владельцу заслуженную славу.

В течение первых месяцев газета выходила по вечерам. Необходимо отметить, что она всегда была безупречно выполнена в техническом плане. Газета «Эль Импарсиаль» являлась органом либералов и принимала активное участие в сентябрьской революции. Редакция газеты очень заботилась о своем авторитете и писала материалы, отражающие интересы и своих читателей, и правительства.

Еще в первом номере в статье «Принципы» было заявлено, что газета будет придерживаться либеральных политических взглядов. И действительно, на протяжении всего своего существования «Эль Импарсиаль» была независимой и либеральной газетой даже тогда, когда кто-нибудь из семьи Гассетов находился у власти.

Отметим, что политическая ситуация, в которой появилась газета, не способствовала существованию либерального органа печати. Поэтому нет ничего удивительного в том, что находящийся тогда у власти Нарваэс неоднократно приказывал конфисковать тираж «Эль Импарсиаль»<sup>6</sup>.

Напомним, что в июле 1843 года генерал Нарваэс совершил контрреволюционный переворот и с этого времени началось правление Изабеллы II, дочери Фердинанда VII. Генерал стал премьер-министром королевы. Он принадлежал к умеренному крылу либеральной партии и придерживался консервативных взглядов. Генерал начал свое правление с того, что возобновил распродажу церковных земель и укрепил позиции земельной аристократии. Своими уступками клерикально-абсолютистской реакции Изабелла настроила против себя все политические партии. В сентябре 1868 года прогрессисты и демократы совершили военный переворот. Они низложили Изабеллу, которой пришлось бежать во Францию. После новых выборов кортесы приняли решение об учреждении либеральной конституционной монархии.

Но вернемся к Эдуардо Гассету-и-Артиме, который считал, что его газета должна отвечать следующим критериям: показывать многообразие точек зрения по одному конкретному вопросу; не ограничиваться освещением политических событий, хотя бы они занимали важное место в определенный период времени; стараться использовать новые технические средства для передачи информации от

корреспондентов; передавать глубину и драматизм событий.

Дедушка Хосе Ортеги-и-Гассета был первым, кто начал платить зарплату редакторам ежемесячно, а не по количеству публикаций; установил современную печатную машину, без которой было невозможно напечатать дневной тираж для многочисленной аудитории; получал новости по телеграфу, а затем и по телефону из Лондона и Парижа. «Он никогда не забывал о важности обсуждения тех или иных вопросов с лучшими литераторами и учеными того времени, и эта традиция с тех пор существует в испанской прессе»<sup>7</sup>. Гассет-и-Артиме также уделял большое значение рекламным объявлениям, хотя долгое время они занимали лишь четвертую часть полосы. Позднее, когда газету возглавил его сын Рафаэль Гассет-и-Чинчилья, «Эль Импарсиаль» «монополизировала всю испанскую рекламу, включая каталонскую, несмотря на то, что в Каталонии предпочитали местных рекламодателей...»<sup>8</sup>.

Но Гассет-и-Артиме не только занимался «Эль Импарсиаль». В 1870 году он основал вместе с Густаво Адольфом Беккером иллюстрированный журнал «La Ilustración de Madrid». Первый номер журнала вышел 12 января 1870 года под литературной редакцией Беккера. Его главным редактором стал Фернанфон, ведущим художником считался брат Беккера – Валериано Беккер, а Гассет-и-Артиме занял пост генерального директора. «La Ilustración de Madrid» издавался в течение двух с половиной лет, периодичностью один раз в две недели. Он очень быстро завоевал любовь читателей благодаря авторам и художникам, которые сотрудничали в нем. Но это продолжалось недолго: в сентябре умер Валериано Беккер, а через три месяца его брат Адольфо Э. Гассет-и-Артиме посчитал это плохим предзнаменованием и поспешил реорганизовать журнал. Он изменил его название на «La Ilustración Española y Americana» и передал на попечение журналисту Абеляро де Карлосу.

Необходимо учитывать, что пресса и литература всегда были связаны между собой, особенно в Испании, стране богатейших литературных традиций. Как правило, все писатели и поэты начинали свою литературную деятельность в газете. Работа в периодических изданиях позволяла начинающим писателям заложить «основы идейных представлений, тем, литературных жанров, получивших в литературе дальнейшее развитие». Они публиковали на страницах газет и журналов свои первые пробные произведения, оттачивали свой стиль для того, чтобы в будущем весь мир восхищался красотой и изысканностью их литературного вкуса, зачитывался их творениями.

Но вернемся к газете «Эль Импарсиаль». Будучи модернизатором по натуре, Гассет-и-Артиме решил издавать литературное приложение к своей любимой газете. В понедельник 27 апреля 1874 года на суд общественности было представлено литературное приложение «Los Lunas de El Imparcial», где печатались работы наиболее известных писате-

лей того времени: Ортеги Мунильи, отца Хосе Ортеги-и-Гассета, Хасинто Октавио Пикона, Хуана Валеры. Там опубликовал свои «Сонаты» Рамон дель Валье-Инклан, появилось «Послеобеденное время» Хасинто Бенавенте.

В 1879 году газета стала лидером испанской прессы.

Эдуардо Гассет-и-Артиме умер в 1884 году в возрасте 52 лет. На похоронах присутствовало очень много народа: от премьер-министра Испании Антонио Кановаса дель Кастильо до простого мадридского рабочего. Все периодические издания не только Мадрида, но и всей страны, откликнулись на это событие.

После смерти Гассета-и-Артиме управление газетой перешло к его сыну Рафаэлю Гассету-и-Чинчилье, который больше занимался политикой, чем журналистикой. В первый раз его назначили министром, когда ему было всего 33 года, и он еще неоднократно занимал этот пост, приходя к власти с одним и тем же девизом: «Вода, дороги и школы»<sup>10</sup>. Его всегда интересовала проблема орошения испанских земель.

Упор на политику, сделанный Рафаэлем Гассетом, послужил причиной к началу заката газеты, потому что она не могла независимо освещать многие события, происходившие в то время в испанском обществе, защищая интересы одной политической партии.

В 1916 году в стране разразился экономический кризис. Не миновал он и газету «Эль Импарсиаль». Для того чтобы выйти из затруднительного финансового положения, владельцы газеты были вынуждены пойти на слияние с компанией судовладельцев из Бильбао. Ключевую роль в этой группе играл состоятельный предприниматель и депутат кортесов от Республиканско-социалистического Альянса Орасио Эчеварриета, купивший газету «Эль Либераль». На базе этих и других печатных изданий было создано акционерное общество «Эль Импарсиаль, Сосьедад Анонима» с капиталом в 2,5 миллиона песет; выпущено 5 тысяч акций стоимостью 500 песет каждая; в совет директоров вошли 12 человек, избранные на свои посты сроком на 5 лет. В уставе общества говорилось о необходимости «охранять права газет и журналов, входящих в общество, уважать религиозные конфессии, проводить независимую политическую и нравственную политику»<sup>11</sup>. В редакционный коллектив газеты вошли Рикардо Гассет-и-Алсигарай, Хосе Ортега-и-Гассет и другие.

Итак, еще в XIX веке Хосе Ортеге Сапате и Эдуардо Гассет-и-Артиме удалось найти правильный путь завоевания испанского информационного рынка. Они смогли за очень короткое время добиться значительных успехов и привлечь к своим периодическим изданиям большой круг читательской аудитории за счет применения новых технологий и независимой политической позиции своих изданий.

Традиция основателей издательской династии семьи Хосе Ортеги-и-Гассета была продолжена его отцом – Хосе Ортегой Мунильей (1856 – 1922), ко-

торый был известным писателем и журналистом, членом Испанской Королевской Академии наук.

Свои произведения Х. Ортега Мунилья очень часто писал на социально значимые темы, за что некоторые исследователи его творчества считали его приверженцем Э. Золя и обвиняли в натурализме.

Все свои творения Ортега Мунилья называл испанским словом «реласьонес» (исп. «рассказ», «повествование», «сообщение»). Его «реласьонес» очень интересны по своей структуре. Как считает исследователь творчества отца Ортеги-и-Гассета Руф Шмидт, можно разделить все литературные произведения, написанные Хосе Ортегой Мунильей, на три группы: сентиментальные повести (1879 – 1880); реалистические повести (1880 – 1887), в которых автор порывает с сентиментализмом и развивает реализм «поколения 68 года»; декадентские повести и полный отход от реализма (1895 – 1918)<sup>12</sup>.

Свои первые шаги в журналистике Хосе Ортега Мунилья начал в газете «Эль Тьемпо», в которой работал его отец Хосе Ортега Сапата. Затем он перешел работать в газету «La Иберия», где уже в совершенстве овладел журналистской профессией. В редакции этой газеты Ортега Мунилья познакомился с Мигелем Мойей. Вместе они основали два журнала-однодневки: литературный «La Линтерна» и посвященный бою быков «Эль Чикланео».

Ортега Мунилья сотрудничал в различных ежедневных газетах и журналах: был театральным критиком в журнале «Ревиста де Эспанья»; работал в газете «Эль Импарсиаль» военным репортером, весной 1878 года стал штатным сотрудником газеты «Лос Дебатес». Именно в этой газете ему удалось впервые опубликовать свое произведение «Цикады», которое очень понравилось читателям. Позже он работал в газетах «Эль Контемпоранео» и в «Эль Кампо».

В мае 1879 года судьба опять связала Ортегу Мунилью с газетой «Эль Импарсиаль». Он, как уже было отмечено выше, стал редактором литературного приложения этой газеты, которым бессменно руководил в течение 27 лет. Благодаря Ортеге Мунилье на страницах приложения печатались произведения представителей разных литературных школ и направлений: Л. Кларина, М. Менендеса-и-Пелайо, П. Гальдоса, Х. Валеры, Р. Валье-Инклана и других. Современники отмечали тот факт, что Хосе Ортега Мунилья был беспристрастным судьей и никогда не отдавал предпочтения своим вкусам. Он, наоборот, с открытой душой относился ко всем новым литературным веяниям<sup>13</sup>. Сам он также печатал в приложении «Лос Лунес» свои работы, позднее изданные отдельной книгой под общим названием «Кроникас».

С 1884 года, после смерти Гассета-и-Артиме, Ортега Мунилья был политическим редактором «Эль Импарсиаль». 19 апреля 1900 года он стал ее главным редактором. В 1910 году из-за разногласий с семьей Гассетов он навсегда покинул эту газету.

В 1886 году, развлечения ради, Ортега Мунилья писал юмористические рассказы для газеты «Мадрид комико». Ему пришла в голову идея опубликовать в этой газете серию статей, каждую из которых должны

были писать разные авторы, под общим названием «Сумасшедшие девственницы». В данном проекте принимали участие Хасинто Октавио Пикон, Леопольдо Алас Кларин, Хосе Ортега Мунилья, Виталь Ака, Педро Бофиль, Хосе Эстремадура, Эдуардо де Паласио, Рамос Каррион, Луис Табоада, Синесио Дельгадо.

В последние годы жизни он сотрудничал во многих газетах и журналах, среди них следует особо упомянуть барселонскую газету «La Vanguardia», в которой был опубликован цикл статей под общим названием «Старые наставники», рассказывающий о великих писателях, с которыми был лично знаком Ортега Мунилья. Хосе Ортега Мунилья также сотрудничал в испанской газете «ABC», гаванской «Дьярио де ла Марина» и аргентинской «La Nación».

В период с 1878 года по 1922 год, год его смерти, он написал тысячи статей и хроник, которые были опубликованы в более чем 50 испанских и латиноамериканских газетах и журналах<sup>14</sup>.

Со смертью Хосе Ортеги Мунильи семейная традиция семей Ортега и Гассет не закончилась. Она получила свое дальнейшее развитие в лице Хосе Ортеги-и-Гассета и его детей.

## **Примечания**

1. Valls J. F. Prensa y burgesia en el XIX siglo español. Barcelona, 1988, p. 80.
2. Ortega Spottorno J. Los Ortega. Madrid, 2002, p.15.
3. Ibid., p.14-15.
4. Ibid., p.56.
5. Ibid., p.6.
6. Тираж газеты составлял в то время 30 000 экземпляров.
7. Ibid., p.33.
8. Ortega y Gasset. El Imparcial. Zaragoza, 1956, p.68-69.
9. Татаринова Л. Е. Русская литература и журналистика XVIII века. – М., 2001. – С.365.
10. Martinez Olmedilla A.. Periodicos de Madrid. Madrid, 1956, p.195.
11. Gomez Aparicio P. Historia del periodismo español de las guerras coloniales a la dictadura. Madrid, 1974, p.559.
12. Ibid., p.19.
13. Ibid., p.64.
14. Ibid., p. 12-13.



**Л. Н. Федотова**

## **«Девушка без головы» – хит рекламы-2003**

Была в прошлом «девушка с веслом». Она стояла практически в каждом сквере, в каждом парке, на многих детских площадках, перед входом на многие стадионы на просторах необъятной нашей родины. То ли дело в однотипности, то ли в отсутствии разнообразия, а значит и выбора, то ли в поражающем воображение количественном доминировании, но образ этот вошел в публистику перестроичного периода как визуальный образ тоталитарного государства.

Но вот сегодня на улицах Москвы появилась уличная реклама, изображающая девушку... без головы. То есть не без головы, просто она на необычном месте: девушка держит ее... подмышкой. Признаться, даже сейчас, когда рекламу уже убрали, я просто вспоминаю ее, по спине пробежали мурашки. Не случайно, студенты, с которыми я обсуждала эту рекламу, выдали цепь своих ассоциаций: виселица; гильотина; некачественная кукла, у которой голова отваливается; без мозгов; всадник без головы (девушка в средневековых доспехах. – Л.Ф.); жить одним днем, не думая о последствиях; делать то, что не сделал бы в нормальном состоянии; выход из рамок, условностей; эпатаж.

Реклама, если наберешься мужества и пристально ее рассмотришь, рекламирует что-то алкогольное (студенты, которые также довольно долго проходили мимо этой рекламы от метро на свой родной факультет журналистики, так определили предмет рекламирования: алкогольный напиток, напиток IQ, слабоалкогольные коктейли IQ, алкогольный напиток IQ, какой-то напиток, алкогольный коктейль IQ, слабоалкогольный коктейль, безалкогольный напиток IQ, Hard Rock Cafe. IQ – вот теперь понятно, почему некоторые из студентов это обыгрывали в своих ответах – это коэффициент интеллекта, и они недоумевали: «Причем здесь коэффициент интеллекта, она же без мозгов!»). Но даже молодежь, а она, безусловно, была сегментом воздействия этой рекламы, не смогла точно определить сам напиток.

Теперь о методе, так сказать, нашего мини-исследования. Мини – потому что группа была небольшой (признаательна студентам 409 и 410 групп за участие в эксперименте), а исследование проходило с выполнением главного методического принципа в такого рода экспериментах – опрашиваемым не была известна оценка преподавателя, им была поставлена абстрактная задача определить предмет рекламирования и описать ассоциации, которые у них возникают при воспоминании об этой рекламе.

Именно эти ассоциации дали разброс мнений, оценочных суждений относительно содержания рекламы. Континuum таков: 8 позитивных суждений (типа –запоминающаяся, необычная, бросающаяся в глаза, удивляет, заставляет задержать взгляд, хороший креатив, IQ – коэффициент интеллекта, значит, у выпившего все получится...); одно – нейтральное; 20 негативных суждений (антиреклама напитка, призыв к потере самоконтроля, провокация для женщин, дискриминация женщин, неудачная, нелепая, некрасивый образ, бездарная попытка эпатажа, безвкусница, «одна из самых ужасных реклам, которые я видела за последнее время», глупость, идиотизм, маразм).

Число опрошенных было малым, и я далека от мысли распространять полученные цифры на более широкую совокупность. Но смею вас уверить, что молодежь еще достаточно лояльно отнеслась к содержанию. В общей массе – а мимо проходили люди, в большей степени отражающие основные социально-демографические слои нашего общества – соотношение негативных и позитивных суждений было бы более разительным.

Известно, что эффект взаимоотношения текста рекламы и его потребителей сводится отнюдь не только к поведению: когнитивный и оценочный эффект свойствен большему числу контактов рекламного сообщения и индивида, чем эффект поведенческий (что бы там ни говорили представители рекламных агентств, измеряющие эффективность рекламы по тиражам газет и рейтингам радио- и телепередач, где эта реклама размещена).

В таких случаях используют образ озера, водную гладь которого тревожит брошенный туда камень: круги по воде гораздо пространнее, чем непосредственное место попадания, гораздо «масштабнее», если можно так выразиться, события, их формирующее.

Собственно, этим и объясняется интерес, обеспокоенность общественности к социальному существованию рекламы в нашем информационном, визуальном пространстве. «Мимо пройти» общественность в таких случаях, который мы описали выше, никак не сможет.

Эти социальные эффекты таковы (в пределах перечисления, не претендующего на законченную схему): политические, эстетические, развлекательные, информативные, социо-психологические (например, увеличение социального оптимизма или пессимизма после многократного наблюдения рекламы, осознание разнообразия вещного мира безотносительно к возможностям что-либо из этого вещ-

ного мира приобрести, «смазку» механизма принятия решения и т. д.).

Именно потому, что реклама является частью массовых информационных потоков, она по определению должна опираться на массово распространенные в обществе ценностные ориентации, вкусы, привычки, традиции, нормы. Если это не так, то общество ее отторгнет, в обществе будет накапливаться раздражение от любой рекламы. Хочется спросить самих рекламопроизводителей: «Это вам надо?»

В США при обилии обществ защиты потребителей любая домохозяйка может прийти туда с жалобой на непонравившуюся рекламу. И рекламопроизводитель не будет дожидаться общественной дискуссии по этому поводу – он боится этого как огня, он боится привлечения внимания к своему плохому продукту, это будет означать ухудшение его профессиональной репутации – он моментально реагирует на «сигнал».

Этот процесс идет в том направлении, что общественность все больше осознает свое право на принятия решения в области «информационной экологии». Именно с этим логически связано существование в любом социальном организме наряду с такой формой регуляции рекламной деятельности, как законодательство и корпоративные кодексы, еще и апелляции к морали, этике, общественному мнению.

Здесь возможна аналогия с эффектами деятельности массовых коммуникаций. Известно, что сначала пресса, как социальный институт, возникающий из недр феодальных, тоталитарных структур в результате буржуазных революций, вооружилась законодательно оформленной свободой слова. И только позднее – практически на протяжении уже XX века – и практики журналистики, и теоретики, не без долгих и продолжительных дискуссий общественности, стали заявлять, что на знамени прессы вместе с эмблемами свободы слова равноправно соседствует понятие социальной ответственности прессы. По сути дела, в профессиональное сознание, но еще больше в массовое сознание, вошли понятия этой ответственности как своеобразной коррекции свободы слова, если хотите, ее границ. Подчеркиваю, эта коррекция существует при достаточно большом количестве законодательных регламентаций отдельных ситуаций в связи с деятельностью прессы.

Для рекламного процесса важен вопрос, кто в этой деятельности берет на себя эту ответственность.

Но сначала о самом содержании претензий к рекламе. Мы не говорим, как и в случае с прессой, о вещах, подпадающих под действие свода законов. Какого рода явления остаются для суда общественности? Я не говорю об очевидных вещах (типа тех, которые были выявлены в ходе одной акции сочинских студентов-филологов, известной из сообщения «Эха Москвы»: студенты, вооружившись фломастерами, один день трудились над исправлениями грамматических ошибок в наружной рекламе города).

Возьмем более сложный случай. Известно, что на сегодня существует сильное стремление отдельных национальных (или государственных) сооб-

ществ к защите своей национальной самобытности. Явление это не новое, но оно обострилось в ситуации глобализации межкультурной коммуникации. К такой коммуникации относится международный туризм, развитие производства в рамках транснациональных корпораций, спутниковое телевидение, распространение произведений искусства, газетной продукции.

Как противовес, в этой ситуации национальные образования пришли к осознанию *права* каждого общества быть *особым* культурным (и прочим другим) образованием.

На этом фоне может быть рассмотрен пример отторжения национальной культурой интернациональной рекламы, которая делает ставку, по-видимому, из благих намерений, на адаптирование иноязычного текста с помощью фольклора другой страны. Ясно, что наилучшим образом по своей форме – афористичности, лозунговости – для этого годятся, например, русские пословицы и поговорки. Но если при этом искается истинный смысл пословицы или поговорки, едва ли можно говорить о выигрышных моментах для коммуникации, скорее наоборот. Ведь в таком случае с тиражированием рекламы – а это практика существования рекламы во времени – многократно тиражируются отрицательные эмоции носителей языка, для которых он является родным (примеры такого рода – модификация поговорки «Семь бед один ответ», «Комар носа не подточит»). Ни одна национальная культура – в лице ее элитарных носителей, профессионального сознания – не останется безразличной к такому факту. Ведь ценности национальной культуры в данном случае – генетически гораздо более древний пласт. Он будет сопротивляться до последнего...

Приведу еще один пример, хотя я уже писала о нем в своей книге «Социология рекламы». Известно, что доминирующая на сегодня стратегия маркетинга состоит в идеологии удовлетворения потребителя, поэтому при планировании маркетинговых шагов обычно исходят из приоритета сегментов рынка: взвешиваются преимущества каждого сегмента с точки зрения выгод товаропроизводителя и выбираются целевые, а затем уже начинаются более «рабочие» этапы – по созданию возможных концепций размещения товара для каждой целевой группы, его продвижения и т. д. Все это «увенчивается» в соответствующей рекламной политике.

Вот эта концепция маркетинга, отшлифованная за предшествующие века рыночных отношений в обществе, основывалась, таким образом, на признании разницы между потребителями, на эксплуатации этой отличности – отличности от целого и схожести внутри отдельного – в рекламе и маркетинговых мероприятиях, с чем в итоге напрямую связывались цели достижения эффективности.

Но всего лишь несколько десятилетий назад стала осознаваться у зоотехнистов этих представлений для продвижения таких заведомо «массовидных» продуктов, как лотерейные билеты, «быстрая» еда, продукты для потери веса, кредитные карточки, контрацеп-

тивы, аренда мебели, электрические бытовые приборы, страхование автомобилей. Но что более важно для взаимоотношений «рынка» с обществом, которое к этому времени непрерывно шло по пути массовизации и уже сделало многое на этом пути, в ряде случаев возникала критическая, напряженная ситуация. В частности, всплеск конфронтации возникал, когда из сообщества выделялась группа, ранее дискриминируемая в историческом плане.

Так, внимание общественности США привлекла эта проблема в 1989 г., когда табачная компания Рейнолдсов построила свою рекламную кампанию сигарет «Uptown» как сигарет, рассчитанных на чернокожих курильщиков.

Реакция социальной службы здравоохранения чернокожего населения США была немедленной. Она выступила в прессе с заявлением: «Этот бранд цинично и избирательно выбирает в качестве своей мишени темнокожее население Америки, когда наш народ особенно нуждается в призывах, связанных со здоровьем...»

Заметим, что когда фирма стала объясняться по этому поводу, она ссылалась как раз на то, что определение мишени в маркетинге – это «стандартная процедура». В этой ситуации, таким образом, как в капле воды отразилась традиция и критика ее.

Журнал «Fortune» описал эту ситуацию, подчеркнув при этом, что выделение чернокожего населения как целевой группы, как маркетинговой мишени, т. е. сравнение его с кем-либо, «это всегда риск политический, даже если речь идет о манной каше».

Кстати, именно на этой волне происходит обратный процесс: общество, обеспокоенное определенной проблемой, гипотетически вычисляет группу, наиболее уязвимую перед продуктом, связанным с этой проблемой, и стремится обезопасить ее. В этом русле лежит, например, решение американских властей не разрешать никакую наружную рекламу ближе, чем за тысячу футов от школы, исходя из предположения, что дети наиболее беззащитны перед любой рекламой.

Эта тенденция обозначать определенные группы потребителей как «уязвимые» (*vulnerable*) перед воздействием конкретных продуктов выкристаллизовалась в последнее десятилетие, хотя само использование выделения этнических и половых групп при рекламировании табака и алкоголя были и раньше, что подтвердила серия социологических исследований содержания рекламных текстов под этим углом зрения (1992 г.).

Исследования с применением процедуры контент-анализа, т. е. систематического объективного просмотра больших массивов текстов с определенной исследовательской задачей (в данном случае в исторической ретроспективе), как нельзя лучше подходили для такой цели. В 1993 г. было проведено исследование, которое показало, что эксплуатация женской части населения, так же, как определенных возрастных и этнических групп, осуществлялась в рекламе сигарет, начиная с 1920 г.\* Анализ, осуществленный под этим углом зрения, приводит авторов

к заключению, что всякий раз, когда рекламируются «вредные» продукты, сегментированием создаются групповые «жертвы». Критика сегментирования пошла по двум направлениям — признак вредности продукта соединялся с уязвимостью перед этим продуктом определенной группы населения. Причем уязвимость группы населения трактуется весьма широко: это и показатели физического состояния, например, уменьшение слуха в связи с возрастом, определенная сверхчувствительность людей на аллергены, это и способность (высокая — низкая) распознавать действие продукта на основе информации о его химическом составе. С последним обстоятельством могут быть связаны практически все социально-демографические характеристики, в т.ч. постоянное местожительство, образование, уровень дохода... Хотя женщины, не-белые, пожилые и менее образованные потребители оказываются в таком положении чаще всего.

Практически всегда выделение какой-либо группы в качестве мишени для продукта подразумевает этическое решение.

Но и более мелкие обстоятельства формируют наше отношение к рекламе. Так, известно, что в этих текстах информационная сущность pragmatischego сообщения максимально *оценочна*. Здесь реклама товара сопровождается «неценовой», но оценочной оболочкой: товар — это лишь действующее лицо в произведении, существующем по драматургическим законам; оно репрезентируется на фоне сферы жизнедеятельности человека со своими стандартами, моделями поведения, иерархией предпочтений. И здесь отношение к той символической оболочке, которая сопровождает единичные рекламные послания, прогнозируемо: оно будет тем благоприятнее, чем в большей степени совпадают ценности, проектируемые в рекламе, с универсальными, в какой-то мере общечеловеческими, отчасти даже генетическими (любовь к детям, дружба, хорошие отношения между людьми, оптимистическое восприятие жизни и проч.).

Наше общество уже пережило нечто подобное: в свое время, когда официальная пропаганда задвинула на задворки такие простые житейские ценности, феноменальный успех пережила индийская картина «Бродяга». Как писал об этом феномене (впрочем, анализируя уже аналогичный успех сериала «Богатые тоже плачут») кинокритик Ю. Богомолов, когда в СССР приехал исполнитель главной роли Радж Капур, «на руках носили не только артиста, но и машину, на которой он следовал по городу».

И как кажется, это была первая и на долгие годы единственная многотысячная демонстрация масс против официозной пропаганды, когда беды, счастье или несчастье одного человека не вписывались никак в содержание тогдашних газет, радио и телевидения и кино.

По этой же причине не будет отторгаться реклама западного товаропроизводителя даже в мусульманских странах, если мы возьмем один-единственный срез ее, проанализированный американскими соци-

ологами (речь идет об исследовании В. Булленсоном рекламы основных американских телесетей под руководством Дж. Гернера в Пенсильванском университете в 1980 г.). Оказалось, что существуют четкие различия представления полов на экране – женщина в качестве пользователя продукта чаще (в дневное время уикэнда – до 92 %) находится на кухне, в спальне и в ванной. Мужчины же – в гостиной и столовой, т. е. в местах традиционно досуговых. Понятно, что это культура, уходящая в глубь веков, но и культура страны, где основная масса женщин – не занятая внедомашней трудовой деятельностью.

Сегодня рынок все больше становится общемировым. Ценности отдельного общества, прокламируемые в рекламе, будут проверяться на терпимость, уважение к другой культуре, стремление понять другого.

Культурологи и социологи предостерегают также, что знаковая, символическая атрибутика общения способна быть барьером на пути к благоприятному исходу общения, если реклама носит следы игнорирования или незнания таких атрибутов. Можно вспомнить и символику цвета в разных культурах, и отношения полов, и модели отношения к степени оголенности женского тела и т. д., и т. п.

Сошлемся на пример, который уже стал по своей распространенности в профессиональной литературе почти хрестоматийным: американская компания по производству предметов по уходу за детьми потерпела неудачу на венгерском рынке, когда на рекламе, воспроизводящей образ идеальной женщины с грудным ребенком на руках, обручальное кольцо женщины было на правой руке, тогда как по венгерским обычаям (католическим) женщина носит обручальное кольцо на левой руке.

В этом смысле все рекорды побивает самый свежий пример – одна из сибирских авиалиний рекламирует свой сервис (знаю об этом случае в пересказе, поэтому не могу назвать сам город). Улыбающаяся стюардесса показывает рукой на трап самолета: «Счастливого полета!». Все бы ничего – да держит она в руках две гвоздики.

Я меньше всего озабочена в данном случае проблемой выгод для товаропроизводителя, рекламирующего свой товар. Прагматическая отдача от рекламы, собственно покупка товара – это лишь часть айсберга эффектов, которые порождает коммуникация с помощью рекламы. С точки зрения нашего сегодняшнего разговора гораздо важнее именно более широкие социальные эффекты взаимопонимания между разными культурами, обмен духовными ценностями, создание общего «банка» ценностей, достижение гуманитарного единства всего мира.

Итак, кто возьмет на себя ответственность за все эти дисфункциональные моменты? Только профессиональное сообщество. Известны, например, усилия международной ассоциации рекламистов по обеспечению своеобразной «рекламы рекламе». Почему бы не начать с другого конца?

Можно находиться в обороне, множить число случаев судебных разбирательств, создавая себе ан-

тирекламу, а можно работать на опережение: отслеживать такую ситуацию – силами социологов и психологов в формате мониторинговых исследований – анализировать ее, это будет началом потепления отношения россиян к рекламе. Известно, что в последние годы, когда реклама стала массовым явлением, она стала мишенью разрядки всего того напряжения, того шока, который испытывало общество, моментально поднявшись со дна на поверхность, преодолевшее океанскую толщу без всякого защитного скафандра. Отголоски этой «кессонной болезни» еще долго будут давать о себе знать...

Справедливости ради стоит заметить, что реклама нигде не воспринимается спокойно. Тем не менее, если бы мы специально задались целью выстроить все страны в порядке «степени раздражения» граждан этим информационным пластом в их жизни, то все страны выстроились бы в определенном порядке, точно так же, как они выстраиваются в зависимости от средней продолжительности жизни, детской смертности, уровня чистоты питьевой воды, поступающей из домашнего крана и т. д., и т. п..

Можно выразиться еще определеннее: страны с большим социальным и материальным комфортом, где действуют такие модели потребления, когда возможности трат в несколько раз превышают затраты на обеспечение физиологического уровня выживания, будут гораздо снимодительнее к этому социальному феномену. И хотя эти данные можно интерпретировать как естественную питательную среду для негативного отношения и к рекламе, все же решение относится к достаточно краткосрочным процессам, зависящим от социально-политических, а значит, и экономических особенностей исторического момента. И можно утверждать, что если в России закрепятся попытки государства начать строить рыночную экономику, то с улучшением жизненного уровня большей части населения будет снята эмоциональная напряженность в отношениях с рекламой.

Но этот процесс уже сейчас надо стимулировать, по крайней мере в той части, которая реально зависит от профессионалов-рекламопроизводителей. В такой ситуации полезно обратиться к стороннему взгляду – как обращается к психоаналитику человек, который осознает свои проблемы, но не знает, как их решить.

Тут есть еще один нюанс: пока реально рынок работал в облегченной ситуации, как это парадоксально ни прозвучит. Предложение товара конкурировало ... с отсутствием товара. Был просто СЫР, а теперь около ста сортов. Но вот во Франции зарегистрировано их около тысячи. Вот это уже реальная проблема для рекламиста. Будем еще вспоминать это время как самое легкое для него.

Если реклама является частью массовых информационных потоков и поэтому опирается на массово распространенные в обществе ценностные ориентации, вкусы, привычки, традиции, нормы, возникает вопрос, как происходит трансформация этих ценностных ориентаций. Ведь реклама входит в ме-

ханизм нововведений, в определенной мере обеспечивает трансформацию общества. Но если возникает вопрос о сущностных изменениях самого общества — на какие ценности должны опираться массовые информационные потоки в ситуации, когда общество меняет, например, структуру экономических и политических взаимоотношений разных социальных групп и слоев? По-видимому, и здесь не обойтись без противопоставления эволюционного и более радикального, быстрого, может быть, без хирургического вмешательства, но все же революционного, путей развития социального организма.

Известно, что все крупные преобразования такого рода демонстрируют и изменения ценностной структуры общества. Вспомним хотя бы размыщения на этот счет Макса Вебера по поводу протестантской этики и духа капитализма. Причем трудно говорить о причинно-следственной связи между такого рода явлениями, поскольку невозможно закрепить причину за одним социальным процессом, а следствие за другим. Логичнее говорить о взаимосвязи статистического порядка: одно с большой вероятностью связано с другим.

Последнее десятилетие развития общественной жизни России дает возможность зафиксировать как модификацию социально-экономической структуры общества, плюрализм политических субъектов, так и изменение в массовых информационных потоках. Появление на политический арене интересов множества экономических субъектов обозначилось наличием в прессе многовариантности предложений, мнений, оценок, как по стратегическим, так и тактическим шагам движения обновленного общества.

Аналогичные модернизационные тенденции развития социума всегда предъявляли к системе коммуникации новые требования. Вспомним, что по сути мы имеем дело с одной из трех возможных моделей социального развития. В рамках первой модели общество сегодняшнее лишь копировало, лишь повторяло культурную матрицу прошлого, и тогда это было главной функцией традиционной коммуникации: информировать современников о нормах и ценностях прошлого опыта, многократно воспроизводить запретительно-разрешительную структуру социальных взаимоотношений и социальной практики. Это было сутью такой традиционной коммуникации — главной ценностью здесь было следование образцу прошлого, *информирование о нем*.

Вторая модель социального развития характеризуется ориентацией на идеальное будущее, когда структуры власти, опираясь на идеологизированное мировоззрение, обеспечивают в рамках подконтрольных систем коммуникации (где преобладают устные способы агитации, партийные издания) *пропаганду* конкретных социополитических шагов в направлении обеспечения такого будущего (инквизиция Средневековья, современные религиозные sectы, тоталитарные режимы).

Третья модель принципиально отличается от вышеперечисленных: развитие общества здесь предусматривает поиск социального консенсуса для вы-

работки альтернативных программ социального развития. В такой ситуации коммуникации — а исторически это уже массовые коммуникации — являются ареной, где *дискутируются* социополитические программы, принимаемые обществом с помощью механизма представительной власти на конкурсной основе. Одновременно средства массовой коммуникации (СМК) производят информационные потоки, с помощью которых общество адаптируется к этим нововведениям. В этом обществе, где главной ценностью, таким образом, становятся инновационные процессы, мы найдем место и рекламе.

Еще раз подчеркнем, что такая ситуация, когда общество в целом осознает ценность и значимость нововведений, а со стороны личности демонстрируется готовность адаптации к нововведениям, когда обществом и личностью разделяется ценность и значимость разнообразия в социокультурных образцах и демонстрируется готовность интегрирования в общечеловеческое социокультурное пространство, составляет одну из важнейших характеристик модернизационных процессов в обществе.

На сегодня в набор требований к обществу, претендующему на характеристику модернизационного, если судить по мировой социологической, экономической и политологической профессиональной литературе, входит и приоритет общечеловеческих моральных норм в общем наборе ценностей, разделяемых в данной общественной структуре. Этому способствует общая для всех стран проблематика выживания человечества из-за объема вооружений, из-за эпидемических социальных заболеваний, из-за экологии и т. п.

Укажем также, что характеристики современного общества, находящегося на пути модернизации, а это объективная данность для большей части государственных образований на сегодня, заставляют по-новому взглянуть на границы такого общества. Коль скоро в плане общеэкономических проблем такое общество должно существовать в рыночных координатах, причем местные, локальные рынки должны иметь тенденции интегрирования в рынок международный — а это мнение разделяется большинством авторов, обсуждающих проблемы модернизации в профессиональной литературе, — мы можем значительно расширить границы такого общества. Не случайно в этой связи само существование так называемых «интернациональных» рекламных сообщений, которые создают информационное обеспечение товарам, продвигаемым на этот межнациональный рынок.

Соответственно, продвижение на национальный рынок «других» товаров, технологий с помощью рекламы находится в причинно-следственной связи с такими процессами, причем, по-видимому, первотолчок принадлежит именно рекламе.

Место рекламной коммуникации в этих процессах должно осознаваться в комплексе межкультурной коммуникации. Хотя сегодня мы ссылаемся на то, что люди осознают прежде всего различия в системах ценностей, а сами различия обозначаются зачастую как *противоречия*.

*тиворечащие* друг другу, человечество (не без помощи этой стадии) все больше привыкает к мысли (не без помощи профессионалов, элитарного научного сознания) – о необходимости сосуществования в этом мире. В ряду процессов, способствующих информированности населения стран о ценностях «других» сообществ, об их национальных особенностях менталитета, об их системе политических, культурных, потребительских взглядов и привычек, следует упомянуть и существование в мировом экономическом пространстве так называемых мультинациональных (или транснациональных) концернов.

Особую роль в этих процессах следует закрепить за массовыми информационными процессами в рамках деятельности прессы. Укажем на дополнительные возможности такого рода, которые возникли уже в компьютерную эру – возможности компьютерных линий Интернета. Но и до этого мировая информационная инфраструктура стала приобретать характеристики процесса глобализации (распространение национальных газет на территории других стран, совместное владение национальным изданием представителями капитала разных стран, прием спутникового международного вещания на территории отдельной страны, пользование услугами информационных агентств, базами данных видеоматериалов разных

стран и т. д.). Мы не говорим при этом о процессах, которые были свойственны межкультурной коммуникации веком ранее (взаимные переводы художественной литературы, проникновение национального кинематографа в кинопрокат других стран, музыкальные потоки и т. д.).

Наша страна в этом смысле может быть рассмотрена как частный случай мировых тенденций. Будучи подключенными вековыми традициями сосуществования с другими странами к глобальным межкультурным коммуникациям, страна с ускорением этих процессов пережила (и переживает!) во все возрастающих пропорциях социо-психологическое напряжение: массовое сознание любого сообщества стремится к консервации своей самобытности, открытость культуры для чужих влияний здесь соседствует к особой критичности по отношению к этому влиянию.

Это хорошо заметно, как мы уже говорили, по сегодняшнему отношению к рекламе. Профессионалы должны заботиться обо всем социополитическом контексте своей рекламы тем способом, который входит в понятие профессионализма – осуществлением социокорректности своей коммуникации. Даже ценой головной боли.

г. Москва.



**О. Осетрова**

## Шрифтовая политика в политической рекламе

В настоящее время в литературе еще нет единого общепризнанного определения политической рекламы<sup>1</sup>. Отчасти это связано с многогранностью самого явления: «Ее формы практически неисчислимы и ограничиваются лишь дальностью полета фантазии политических рекламистов»<sup>2</sup>. Тем не менее, многообразие форм не мешает искать и находить их феноменологическое единство. Так, авторы политологического словаря считают политическую рекламу целенаправленным воздействием «на потребителя (избирателя) с помощью средств информации для продвижения товаров и услуг на политическом рынке в соответствии с установленными стандартами восприятия и особенностями политической культуры населения (потребителя)»<sup>3</sup>, а рекламную деятельность – «составной частью политического маркетинга»<sup>4</sup>. Однако здесь необходимо разграничить поля деятельности взаимосвязанных, но не тождественных отраслей комплекса маркетинговых коммуникаций: реклама (advertising), связи с общественностью (public relations) и стимулирование сбыта (sales promotion). Такое определение неизменно расширяет понятие политической рекламы, лишает последнюю ее специфики и уподобляет любой политической коммуникации.

Более четко формулируют понятие политрекламы «...как формы деятельности, направленной на распространение позитивной информации о ком-либо или о чем-либо с целью создания положительного к ним отношения» В. Г. Зазыкин, С. В. Колесова и Р. Ф. Фуре<sup>5</sup>. С. В. Мошкин дает более узкую трактовку термина: «...политическая реклама — это платная целенаправленная коммуникация, распространяемая конкретным лицом (или группой лиц) на избранный аудиторию для достижения политических целей»<sup>6</sup>. Данное определение содержит ряд ценных характеристик, таких, как указание на платность и преследуемые заказчиком политические цели. И. К. Решетов в своем диссертационном исследовании считает, что данное явление «не должно быть простым повторением общезвестных признаков рекламной коммуникации вообще, а должно отражать индивидуальность рекламной коммуникации в политике»<sup>7</sup>.

Тем не менее, политическая реклама не должна нарушать общую логику воздействия нынешних масс-медиа, которую Ж. Бодрийяр охарактеризовал как «логику Деда Мороза»<sup>8</sup>. Процесс коммуникации сам по себе должен доставлять удовольствие аудитории. Без соответствующей эстетической и эмоцио-

нальной приманки привлечь и удержать внимание массовой аудитории практически невозможно. Несомненно, политтехнологи используют все возможные средства распространения заказанной кандидатом информации. Это и радио, и телевидение, газеты, журналы, печатная продукция, наружная реклама, прямая агитация.

Пресса, как впрочем и любая печатная продукция, обладает рядом преимуществ по сравнению с аудиовизуальными СМИ. Сообщение фиксируется на бумажном носителе и воспринимается в том порядке, темпе, ритме, которые устанавливает сам читатель. С. Ф. Лисовский считает, что «имидж, преподносимый лидером и его помощниками по рекламе со страниц периодической печати, легче контролировать, удерживать в заданных рамках, чем, например, телевизионный — печатный материал скрывает за аккуратными рядами строк колебания души, реакцию на неожиданный вопрос, неровную речь, словом, все то, что так беспощадно могут обнажить телевидение, радио и выступления на митингах»<sup>9</sup>.

В политической рекламе, как и в рекламе вообще, в первую очередь привлекает форма, яркий зрительный образ. Содержание рекламного обращения останется без внимания, если реципиент будет безразличен к его форме. Коммуникативные возможности визуальных и вербальных знаков различны. Исторически словесная канва формировалась для передачи рационального знания. Следовательно, возможности для эмоционального воздействия, на которое, как правило, ориентируется реклама, для текста как такового ограничены. Этот недостаток словесного знака восполняется в рекламе изобразительными элементами. Заложенная в них непосредственность восприятия создает неограниченные возможности эмоционального воплощения посредством набора шрифтовых символов, которые способны донести реципиенту определенный набор исторических и социокультурных знаний. Зрительный образ устанавливает контакт с объектом рекламы на подсознательном уровне. Он быстро передает информацию и более целенаправлен. Зрительный образ (позволим перефразировать Р. Ривза) является концентрированным выражением чувства<sup>10</sup>.

Оформительские средства в виде всевозможных графических приемов, композиционных решений, шрифтов являются достаточно сильным элементом воздействия на зрителя, читателя. Графическое маркирование текста посредством изменения гарниту-

ры, кегля, начертания, плотности или цветового решения шрифта, которым набраны отдельные слова, разбросанные в тексте даже нейтрального содержания, в целом может составлять скрытую инструкцию, которую легко улавливает подсознание. Так, манипулятивное воздействие с помощью графических средств успешно использовалось на выборах в Госдуму Союзом Правых Сил. На фоне сине-голубого, успокаивающего текста выделялась набранная красным цветом «разбросанная» в тексте инструкция: «...хотите... отдать свой голос за... культурных... за... Кириенко... молодых... СПС»; или в другой рекламе: «...молодость, энергию, движение вперед, перспективу и надежду на будущее!.. СПС... Вам выбирать и решать»<sup>11</sup>.

Применительно к политрекламе игра со шрифтами должна учитывать тему, замысел, объект рекламирования и создавать связанный со всем этим, воплощенный в оформительских приемах эмоциональный антураж, ведь «...ширифты могут быть носителями и коннотации. Шрифтовая коннотация отражает эмоциональное осмысление значения рекламы. Используя, допустим, шрифты с готическим начертанием, мы не только отражаем какую-то информацию. В то же время мы производим определенное внушение — причастность к эпохе Средневековья илиенным традициям»<sup>12</sup>. Так, Центризбирком перед выборами Президента РФ в марте 2004 года, выпустил на телевидении ролик, в котором дети отвечали на вопрос, кто такой президент. В качестве видеоряда на экране — детские рисунки, а в конце ролика слова «14 марта — выборы Президента» как бы написаны краской неумелой рукой ребенка. В данном случае авторы имитируют надпись так называемым «бытовым шрифтом»: «Едва научившись писать буквы, человек обретает великий дар овеществления слова. В тот момент, когда под неловкой рукой ученика ... формируется самый естественный, свободный, «экологически чистый» почерк, еще не испытавший агрессивного воздействия культуры»<sup>13</sup>. В данном ролике шрифтовая графика подчеркнула эмоциональный антураж, созданный при помощи детских голосов и рисунков.

Политическая реклама широко использует различную полиграфическую продукцию. Это обусловлено тем, что, во-первых, последняя может быть оперативно доставлена избирателям (практически сразу из типографии плакаты можно расклейт, а листовки — раздать или разбросать по почтовым ящикам), в отличие от печатных СМИ, которые распространяются через торговую сеть (т. е. избиратель может купить, а может и не купить газету или журнал) или по подпiske. Во-вторых, полиграфическая продукция относительно недорога в сравнении с расходами на покупку эфирного времени или газетной площади.

К наиболее популярным видам печатной продукции относятся листовка и политический плакат. Особенностями последнего являются большой формат (минимум А-3, чаще — А-2), преобладание визуального ряда, двуцветное или полноцветное исполнение.

Жанр этот направлен преимущественно на эмоциональное воздействие. «Плакат — это стущенная, концентрированная информация, заряд, посыпаемый в толпу народной массы, цель которого своим разрывом произвести в этой массе тот эффект, на который был рассчитан завод снаряда... Обострение товарного кризиса, выборная кампания в парламенты, война, революция — толкают на улицы городов пеструю, глазастую, криклившую рать плакатов»<sup>14</sup>. Здесь эмоциональные методы воздействия преобладают над рациональными, что позволяет доносить информацию в сознание быстро и эффективно. Рекламная задача может быть решена при помощи цвета, композиции, шрифта, качества полиграфии. К основным требованиям, предъявляемым специалистами в области психологии рекламы, следует отнести сбалансированность элементов плаката, использование контраста, пропорциональность. Кроме того, важное значение приобретают размер шрифтов текстов и заголовков, их соотношение: «От шрифтового набора и его компоновки зависит общее впечатление о рекламном сообщении, а эта первая реакция читателя — важнейший элемент спланированного общения»<sup>15</sup>. Среди разнообразия политических плакатов искусствоведы выделяют шрифтовой плакат, где «главным компонентом является шрифт. Лишенный всякого украшения такой плакат стимулирует активные эмоции человека характером рисунка шрифта, его образностью, продуманным ритмичным строением, слаженностью всей композиции, цветовым решением»<sup>16</sup>.

Политическая листовка — это малоформатное (как правило, формата А-4) печатное издание, оптимальное для оперативного информирования о митингах, акциях или донесения до избирателей тезисов предвыборных программ партий и кандидатов. Печать с одной стороны применяют в тех случаях, когда листовки планируют расклеивать на улице. Двусторонняя запечатка характерна для почтовой рассылки или раздаточного материала. Данний вид политической рекламы привлекателен тем, что не требует больших затрат (листовка может быть выполнена в одну или две краски на дешевой бумаге) и позволяет оперативно доносить информацию до избирателей.

Итак, в период предвыборных кампаний разного уровня улицы городов пестрят листовками, плакатами, стендами сити-формата. Какой шрифт наиболее приемлем для подобной продукции? Как добиться наиболее полного и быстрого восприятия информации? Ответить на эти вопросы помогут исследования по удобочитаемости (т. е. общей оценки пригодности) различных гарнитур. Общее и главное условие — шрифт должен безискажений передавать содержание текста. Специалисты по типографике выделяют следующие критерии оценки удобочитаемости: индивидуальность графем каждой буквы, соизмерность толщины основного штриха и внутрибуквенного просвета (сильно жирные или очень светлые начертания снижают удобочитаемость шрифта), оптимальность межбуквенных пробелов (сильная

разреженность букв и чрезмерная близость мешают восприятию слов), пропорциональность отношения ширины буквы к ее высоте (сверхузкие, как и сверхширокие, шрифты затрудняют чтение), контрастность основных и дополнительных штрихов. Кроме того, размер шрифта должен учитывать расстояние между плакатом и зрителем<sup>17</sup>.

В результате экспериментов было обнаружено, «что прямые линии воспринимаются легче, чем кривые. Так, например, прямоугольники и квадраты в условиях малого освещения и периферического зрения опознаются легче, чем круглые и шестиугольные фигуры»<sup>18</sup>. Следовательно, наиболее приемлемыми для предвыборной полиграфической продукции являются рубленые гарнитуры. Почему? Да потому, во-первых, что рубленый шрифт наиболее полно отвечает цели политического плаката — простотой графических форм и удобочитаемостью. Во-вторых, по образностному строю рубленый шрифт соответствует современности так же, как классическая антиква соответствовала XIX веку, ренессанс-антиква — эпохе Возрождения. Недаром рубленый шрифт называют «шрифтом века»<sup>19</sup>. Кроме того, гротески отличаются особой «монументальностью» и великолепно смотрятся в крупнокегельном наборе. В настоящее время нет единого мнения о пре-восходстве гротесков в удобочитаемости перед антиквенными гарнитурами. Однако специалисты рекомендуют использовать рубленые шрифты для обучения грамоте, а начинать учиться чтению следует с 36 кегля. Данные исследования доказывают, что гротески являются универсальными для предвыборных кампаний. Ведь заказчик (в данном случае, кандидат в депутаты) заинтересован в том, чтобы о его программе узнали как можно больше избирателей, независимо от уровня образования.

Очень часто дизайнеры при верстке политической рекламы увлекаются набором текста прописными буквами, но доказано, что набор прописными читается на 12 % медленнее прямого строчного начертания.

К использованию акцидентных гарнитур с характерно выраженным декоративным, рукописным или историческим рисунком следует относиться очень осторожно и применять их лишь в продукции, рассчитанной на определенную социальную и возрастную категорию населения. Так, новомодные шрифты, имитирующие изъеденные ржавчиной надписи, вряд ли воспримутся пенсионерам, а пышные формы декора вряд ли будут оценены деловыми людьми.

Не всегда предвыборная продукция (особенно в местных и региональных предвыборных кампаниях) печатается на хороших офсетных машинах. Этот фактор тоже необходимо учитывать дизайнеру при верстке плакатов и листовок. Если машины в типографиях старые, одно- или двухкрасочные, то на таком оборудовании сложно добиться совмещения цвета более чем на 0,2 мм. И если несовмещение цветов на фотографии заметно лишь профессиональному, то в заголовках и тексте шрифт будет иметь своеобраз-

ный оттенок, от которого возникает чувство «двоения» напечатанного. Чтобы этого избежать, необходимо отказаться от многокрасочного воспроизведения шрифта, то есть печатать текст в одну краску: черную, голубую, пурпурную или желтую (при полноцветном исполнении), или любым дополнительным цветом (при печати в две или более нетриадных красок). Для плакатов и листовок, которые будут развешиваться на улице, предпочтительнее использовать только черную краску. Она наиболее устойчива к атмосферным явлениям и обеспечивает хороший контраст с белой бумагой. Голубая и желтая краски — «прозрачны», пурпурная обладает невысоким процентом щелочестойкости и наименее устойчива к ультрафиолетовому излучению, так что цветные заголовки в одну краску можно использовать в листовках, предназначенных для адресной рассылки по почтовым ящикам избирателей.

Бумага, на которой печатаются предвыборные листовки, тоже во многом диктует гарнитуру выби-раемого шрифта. Малоклееная газетная бумага состоит из пористых древесных волокон. На такой поверхности изображение знака становится расплывчатым. Жидкая газетная краска сущится путем впитывания, а не окисления, как более тяжелые краски. Это также способствует искажению рисунка знака. Газетная бумага и краска создают условия для собирания грязи в местах соединения штрихов в рисунке. Поэтому при печати больших тиражей на газетной бумаге вокруг засечек антиквенных гарнитур (особенно в малых кеглях) скапливаются своеобразные «ловушки», которые в итоге выглядят браком печати. Такая технологическая особенность — еще один аргумент в пользу гротесков.

При печати на мелованной бумаге офсетным способом качество воспроизведения шрифта намного выше и здесь, в принципе, можно использовать любую гарнитуру. Однако не рекомендуется для листовок и плакатов выбирать глянцевую бумагу. При ярком освещении она дает блики, что существенно мешает восприятию текста.

Для производства предвыборного буклета, на-против, важны и хорошая бумага, и отменная полиграфия. Если же техническая база ближайших типографий не позволяет отпечатать полноцветное изда-ние с хорошим качеством, то выход стоит искать в печати в несколько красок. В этом случае помещаются черно-белые фотографии, а дополнительными цветами выделяются заголовки, фразы, элементы фирменной символики партии. Текст должен быть набран крупным шрифтом, не менее 8 пунктов, лучше — 10—12. Тогда людям с ослабленным зрением не придется напрягаться, для того чтобы читать. Следует избегать большого количества гарнитур, это со-зывает впечатление пестроты и хаоса, следовательно, мешает восприятию информации. По тем же причинам не стоит накладывать текст поверх снимка. Лучше всего выбрать один шрифт, но поиграть с начертаниями: светлый, полуширкий, наклонный. Обращение кандидата к избирателям можно набрать курсивом, который «интимизирует» рекламу в значитель-

ной степени»<sup>20</sup> и вызывает доверительное отношение к сказанному.

### **Примечания**

1. См.: Валовая М. Д. Азы древнего ремесла или 13 бесед о рекламе и маркетинге. – М., 1994. – С.104; Малеина М. Н. Правовые аспекты политической рекламы.//Государство и право. – 1994, - № 10. – С. 154; Музыкант В. Л. Реклама: Международный опыт и российские традиции. – М.,1996.– С.24.
2. Феофанов О. А. Что может политическая реклама. // Коммунист. – 1991, - № 12. – С.49.
3. Политологический словарь. – М.,1995. – С.134.
4. Там же.
5. Зазыкин В. Г., Колосова С. В., Фуре Р. Ф. Психологические факторы повышения активности избирателей с помощью телевизионных передач рекламного характера. – М.,1996. – С.4.
6. Мошkin С. В. Политическая реклама: пособие для начинающих политиков. – Екатеринбург,1994. – С.20.
7. Решетов И. К. Политическая реклама в системе массовых коммуникаций: Дисс. ... канд. политич. наук. – М., 1999. – С.22.
8. Цит.по: Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации. – М.,1998.– С.56.
9. Лисовский С. Ф. Политическая реклама: функциональные и жанрово-стилистические особенности: Дисс. ... канд. филол. наук. – М., 1999. – С.114.
10. Ривз Р. Реальность в рекламе. – М., 1983. – С.57.
11. См. Панченко Н. Н. Манипулятивность политической рекламы // Языковая личность: проблемы когниции и коммуникации: Сб. науч. тр. – Волгоград: Колледж, 2001. – С.229
12. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы. – М.,1995. – С.44.
13. Флоренская О. Психология бытового шрифта. – Спб., 2001. – С. 7.
14. Тарабукин М. Н. Искусство дня. – М, 1925.– С.9-10.
15. Пенькова Е. М. Ох уж этот шрифт//Журналист. – 1993. - № 5. – С.44.
16. Смирнов С. И. Шрифт и шрифтовой плакат. – М.: «Плакат», 1977. – С.42.
17. См. там же. С.44.
18. Грановская Р. М., Березная И. Я. Запоминание и узнавание фигур. – Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1974, – С.12.
19. Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат. – М.: «Плакат», 1977. – С.44.
20. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы. – М.,1995. – С. 47.

г. Старый Оскол



## А. Е. Богоявленский

# Маленькая задачка по обществоведению

(размышления в стиле научного эссе)

Начнем с цитаты: «Американскому бизнесу потребовалось целое столетие, чтобы пройти четыре естественные ступени развития культуры предпринимательства. **Производственную** стадию незаметно сменила **товарная**. За ней последовала ориентация на **продажи**, которая, в свою очередь, уступила лидирующие позиции концептуальному **маркетингу**. Российский бизнес преодолел эти стадии за 15 лет.

Именно столько понадобилось нашим соотечественникам, чтобы забыть все прелести узаконенного тотального дефицита плановой экономики развитого социализма<sup>1</sup>. Не будем подробно говорить, насколько мы разделяем мнение автора относительно того, что российский бизнес за 15 лет сумел сделать то, что американский бизнес сделал за сто лет. Очевидно, что слишком быстрые темпы культуры предпринимательства не позволили отстроить ее внутренние механизмы, а способны были лишь придать ей некое подобие внешнего сходства. Да и рассуждение о концептуальном маркетинге, мы сочли излишне оптимистичным, даже на фоне представленных выше разумных предположений.

Вдобавок, не находя в данном контексте особой разницы между товарной стадией и ориентацией на продажи, поскольку изготовление на продажу есть внутреннее свойство любого товара, и поразмыслив изрядно над тем, как же быть в данном случае с товарным производством, мы пришли к выводу, что трех стадий было бы вполне достаточно:

- Производственная («Inside-out»)
- Промежуточная
- Рыночная («Outside-in»)

Между тем в контексте данного высказывания, отметим, что термин «культура предпринимательства», в его маркетинговом понимании, вполне может быть применен для характеристики нарождающегося института паблик рилайнз.

При этом, схожую позицию разделяет немало российских ученых.

Большинство отечественных исследователей считают, что ПР-практика зародилась в России приблизительно в 1990 году, когда первые отделы по работе с общественностью начали появляться в государственных структурах, а международные ПР-агентства открыли первые представительства в Москве.

Вот что пишет по этому поводу профессор А. Чумиков: «Что касается российского ПР-рынка, то формально он декларировал себя в начале 90-х годов, когда в стране появились первые ПР-агентства. В 1991 г. была создана Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО), которая в конце века насчитывала около 100 членов.

С 1992 г. на факультете международной информации Московского государственного института международных отношений (МГИМО—Университет Министерства иностранных дел РФ) появилась специализация «Связи с общественностью»; в 2000/2001 учебном году она входила в учебные программы более 50 российских вузов (в том числе с 1993 г. и в программу обучения на факультете журналистики Воронежского университета; добавим также, что в 2004 году при непосредственном участии факультета журналистики в Воронеже организовано Отделение РАСО Центрального Федерального округа. — А.Б.).

С 1997 г. присуждается Национальная премия в области развития связей с общественностью «Серебряный Лучник», которая, по существу, стала первым сертификатом качества ПР-услуг на отечественном рынке.

В 1999 — 2000 гг. проведены исследования известности и популярности российских ПР-агентств, на основе которых составлен рейтинг российских фирм, профессионально работающих на рынке услуг по связям с общественностью<sup>2</sup>.

Другой российский исследователь, Е. Пашенцев<sup>3</sup>, представляет схожую точку зрения, констатируя, что до начала 90-х годов бизнес паблик рилайнз в России находился в тени рекламного рынка. Серьезное развитие ПР-услуги здесь получили лишь в 1994—1995 гг.

Отметим, насколько серьезное, насколько и нет. ...Где-то в самом начале 90-х годов некий господин (назовем его Н.) работал тогда директором небольшой частной школы, занимаясь какими-то новыми методиками в педагогике. Представьте себе: школа совершенно частная, свобода гуляет в головах не только у взрослых, что, в общем, не плохо, но и у детей, что гораздо проблемней. Государство ни копейки не дает, т. к. еще нет ни закона об образовании, ни механизма лицензирования. Вся законодательная база состоит из Венской конвенции и Хельсинкских соглашений. Рабочее время Н. делится на присутствие собствен-

но в классах в качестве усмирителя (первая половина дня) и в качестве усмиряемого в кабинетах органов власти и потенциальных спонсоров (вторая половина). Инфляция съедает за месяц все, что удается накопить в расчете на квартал. И вот кто-то из родителей приводит к Н. свою знакомую со словами, «она очень интересуется нашим проектом и хочет помочь». Помочь — дело хорошее. На вопрос об образовании приведенная дама ответила, что недавно окончила что-то образовательное из только что появившегося по специальности Public Relations. «Ну и что ты с ней сделал?», — спросил один из авторов цитируемого материала. «Что, что, — ответил Н., — послал стены красить, у меня как раз ремонт заканчивался»<sup>4</sup>.

По мнению В. Моисеевой, генерального директора агентства «Имиджленд PR», PR-коммуникации у нас прошли три эволюционных этапа. **Первый** (1988–1991 гг.) — зарождение рынка паблик рилейшнз, связанное с появлением соответствующих служб в государственных структурах и открытием московских отделений международных агентств. Развитие предпринимательской деятельности способствует возникновению первых отечественных фирм, оказывающих наиболее простые PR-услуги. **Второй этап** (1991–1995 гг.) — стадия роста и становления. Российские агентства осваивают зарубежный опыт, постепенно адаптируют его к отечественным условиям, начинают проводить крупные PR-мероприятия и информационные кампании. Наиболее активно развивается политический консалтинг. Летом 1991 г. рождается первое корпоративное объединение — Российская Ассоциация по связям с общественностью (PACO). Появляются первые учебные курсы и соответствующие программы в МГИМО (У), МГУ, ГАУ. (Специальность «022000 — связи с общественностью» была утверждена Госкомвузом в 1995 г.) **Третий этап** начинается с 1996 года и характеризуется качественным скачком в развитии паблик рилейшнз. На это оказывают влияние формирующийся информационный рынок, меняющаяся структура массового сознания, требующая все более тонких и точных форм работы с целевыми группами. На качественное изменение PR-рынка существенно повлияли: завершение рекламного бума, вызванного деятельностью финансовых пирамид; расширение и усложнение практики избирательных кампаний, ставших одной из наиболее капиталоемких областей PR-консалтинга; дифференциация рынка информационных каналов и возникновение новых секторов прессы, где стал появляться современный подход к работе с информацией; кризис доверия к СМИ со стороны общества, что обусловило необходимость создания поля повышенной информационной достоверности. В 1997 г. Российская Ассоциация по связям с общественностью стала членом Европейской Конфедерации PR (CERP). Признание PACO на международном профессиональном рынке выразилось в тесном сотрудничестве с Американским обществом PR (PRSA), представительством в жюри

международного конкурса «Мировые золотые награды» под эгидой международной ассоциации PR (IPRA). В 1998 г. была впервые проведена Международная конференция «Связи с общественностью: образование и карьера». Эта первая такого рода крупная встреча была посвящена нормам, принципам и стандартам образования в сфере паблик рилейшнз. Развитие российского рынка PR-услуг, особенно последние изменения на нем, вызванные кризисом 17 августа 1998 г., свидетельствуют о необходимости всемерного развития контактов российских компаний — консультантов в сфере паблик рилейшнз — с зарубежными коллегами. Такое сотрудничество представляется весьма важным как с точки зрения обмена опытом, так и для постепенного интегрирования российского PR-консалтинга в международное PR-сообщество, которое было бы неполным без участия в нем России. Понимание важности и необходимости всемерного развития международного делового сотрудничества привело к созданию весной 1999 г. Ассоциации компаний консультантов в сфере общественных связей (AKOC). Она призвана решать задачи развития паблик рилейшнз как предпринимательства и продвижения деловых интересов PR-консультантов. На протяжении всех трех периодов своего становления бизнес паблик рилейшнз у нас действовал в различных общественных секторах. Сегодня в России можно наблюдать в той или иной мере сформировавшиеся сферы PR: корпоративный, финансовый, кризисный, политический, правительственный пиар, паблик рилейшнз в промышленности, коммерции и другие<sup>5</sup>. За прошедшее десятилетие произошла институционализация отрасли, регулярно проводятся научные встречи, дискуссии, семинары. Одновременно в 90-е годы PR стал научной дисциплиной, одним из важнейших направлений вузовской подготовки, появились специализированные кафедры. За время развития вышло в свет немало учебных изданий таких специалистов, как И. Алешина, М. Бочаров, Г. Иванченко, В. Королько, Г. Почепцов, И. Синяева, А. Чумиков, М. Шишкова.

PR-коммуникация в России зародилась в конце 80-х годов, а как самостоятельная форма деловой активности кристаллизуется во второй половине 1990 — начале 1991 года,<sup>6</sup> — отмечает декан факультета журналистики Петербургского университета, профессор М. А. Шишкова, и, основываясь на институциональном подходе, предлагает следующую периодизацию развития паблик рилейшнз в России<sup>7</sup>:

Первый период — доинституциональный (1988–1991 гг.), когда оформляется лишь первый признак института — выделяются субъекты конкретной профессиональной сферы и возникают соответствующие отношения между ними и обществом.

Второй период — первичная институционализация (1991–1994 гг.), стадия формирования начальной организации субъектов. Доказательством этого служит создание в 1991 году первой Российс-

кой Ассоциации по связям с общественностью (РАСО), деятельность которой во многом предопределяет развитие связей с общественностью в нашей стране.

Третий период — вторичная институционализация. Его начало ознаменовано принятием первой Декларации профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью<sup>8</sup>.

Сравним предложенную периодизацию ПР с периодизацией перестроеких и постперестроеких СМИ данной Брайаном Макнейром, который выделяет три фазы в развитии российских масс-медиа.

Первая длится с 1986 по 1990 год (она завершается с принятием Закона СССР о СМИ).

Следующая, которой он дает название «золотого века российской прессы», продолжается до августа 1991 года.

Затем, после событий августа 1991 года, начинается новая фаза рыночного развития СМИ, когда появившиеся экономические трудности вызывают рост цен на все издания, а распад СССР усугубляет сужение рынка прессы<sup>9</sup>.

Я. Н. Засурский и Е. Яковлев сходятся на несколько другой периодизации, хотя их определения периодов тоже различаются. С 1985 по 1990 год проходил период гласности, т. е. системы партийного управления средствами массовой информации — но в соответствии с новым курсом М. С. Горбачева на демократизацию советского общества. Далее, приблизительно до 1993 года или 1995 (Я. Засурский проводит границу периода по антивоенной кампании в ходе войны в Чечне, которая продемонстрировала способность прессы оказывать давление на власть) пресса играла роль самостоятельного института. Затем начинается, по определению Я. Засурского, период «коммерческой прессы и концентрации», а по Яковлеву — период «управления прессы капиталом»<sup>10</sup>.

Последний период развития российской прессы — новое огосударствление СМИ — происходит в конце первого президентского срока В. В. Путина.

Итак, первый период — до 1990 года (т. е. до принятия закона о печати) — время гласности, перестройки и окончания Афганской войны, когда независимой прессы не было в принципе (за исключением самиздата), однако среди советских журналистов кристаллизовалась идеология «четвертой власти» и миф о независимой прессе.

Второй — с 1990 по начало 1992 года — по определению Макнейра, — «золотой век» российской печати. Это также период «первой приватизации» СМИ. При содействии власти некоторые издания получают в собственность или долгосрочную аренду по льготным тарифам помещения, в которых размещается редакция.

В отношениях власти и прессы (за исключением некоторых ультраконсервативных изданий) наступает медовый месяц. Разделяя и отражая общественный подъем реформаторских 80-х и 90-х годов, средства массовой информации становятся

естественными союзниками восходящей звезды российской политики Б. Н. Ельцина. В условиях непрекращающейся политической борьбы и краха всехтрадиционных социальных институтов масс-медиа в начале девяностых по сути закрепляют тот статус, который они получили еще в конце восьмидесятых: единственной опоры власти.

Третий — с 1992 по 1996 год — период формирования новой российской системы СМИ, который, в свою очередь, можно разделить на три этапа. Это время политического противостояния и первых экономических трудностей СМИ (1992–1993), затем времененная политическая стабилизация, характеризующаяся, с одной стороны, оттоком политизированного капитала и, как следствие, закрытием ряда изданий, с другой стороны, — бурным развитием коммерческой прессы (с 1994 по середину 1995 года). И, наконец (с середины 1995 по середину 1996 года), — активизация политизированного капитала и формирование пропагандистской системы перед президентскими выборами 1996 года<sup>11</sup>.

Последний период развития российских СМИ, как уже было сказано, имеет своим результатом концентрацию основных медиаканалов в руках верховной власти.

Отметим, что довольно странно не обнаружить в этих рассуждениях ключевого термина тех лет — «гласность» (или «эпоха гласности»).

Между тем зададимся вопросом, что является основанием для подобной периодизации?

Как видим, в обоих случаях периодизации СМИ за основу брались коммуникационные, экономические, политические и социальные факторы, которые традиционно принято рассматривать в контексте ПР-технологий.

Также вполне очевидно, что каждая из трех экономических стадий по времени совпадают с определенными стадиями развития института ПР (см. выше периодизацию М. А. Шишкной) и соответствующими периодами СМИ.

В контексте наших рассуждений становится совершенно ясно, что российские ПР, взрослея, не прерывали «тайной» интимной связи со второй древнейшей ипостасью четвертой власти, что и нашло выражение в образовании медиа-холдингов. Журналисты стали получать неплохие деньги и это обстоятельство привлекло в сферу ПР, мягко скажем, очень разных людей, пишущих «ПРО это». Поэтому и по сей день уровень российских ПР соответствует уровню российских СМИ и все они вместе уровню российской коррумпированной экономики и карманной политики.

Однако эта стадия обозначала все же выход на некий, хотя и крайне низкий, уровень ПР, соответствующий (снова?) самому раннему возрасту становления этого института, сопровождавшему, как и во всем «цивилизованном» мире:

— период первоначального накопления капитала (в большей степени заметный по началу российской ваучеризации) и

— период «первой институциализации» полученной в результате этого лицемерного лицедейства собственности.

— период «вторичной институциализации» собственности — то есть ее беспредельного передела (в значительной степени связанного с переделом «собственности» на информацию).

Именно так можно прокомментировать информационную поддержку преобразований в России исходя из процессов институциализации новой российской экономики, новой российской журналистики и нового качества российского лицемерия — манипулятивных ПР.

Их уровень (особенно в политике) порой балансировал настолько, что опускался гораздо ниже простых моральных запретов. Такое нарушение этических норм и было определено по форме журналистским термином «черный ПР», что, уже по сути, не дает нам оснований квалифицировать это явление как паблик рилейшнз (даже самого начального — манипулятивного уровня).

Этот феномен мы бы охарактеризовали как «Анти-ПР», поскольку его логика лежит не только вне этического вектора развития современных паблик рилейшнз, но и прямо ему не соответствует.

Однако вернемся к предложенной М. А. Шишкойной схеме периодизации российских ПР.

Возразим сторонникам этой точки зрения в отношении сроков «развития паблик рилейшнз в России».

Мы считаем, что в этот период зародилось (а вернее, было «экспортировано», словосочетание ПР,вшедшее вместе с книгой Сэма Блэка «Паблик рилейшнз — что это такое?»)

По нашему мнению, этот подход является слишком узким, поскольку представляет лишь **периодизацию одного из периодов** (то есть — микропериодизацию) российских ПР.

Макро- и микропериодизация российских паблик рилейшнз в значении маркетинговой коммуникации, по нашему мнению, может быть основана на рекламном генезисе.

Скажем, ростовский исследователь А. Абовян указывает: «На первый взгляд может показаться, что рекламные издания, ныне составляющие немалую часть деловых изданий России и полностью содержащиеся за счет прибыли, представляют собой новое явление в системе СМИ.

Однако современные рекламные издания имеют глубокие национальные корни. Их начало было положено первыми рекламными объявлениями в русских газетах, а потом и целыми полосами, нередко преобразовывавшимися в отдельные рекламные издания»<sup>12</sup>.

Подход, ограничивающий развитие российских ПР весьма небольшим историческим периодом конца XIX века, фактически игнорирует определяющие макропроцессы.

Разумеется, вектор паблик рилейшнз и пра-

маркетинговые технологии начали развиваться в России задолго до конца XIX века.

Рассмотрим некоторые из этих процессов в преломлении пра-технологий медиа-рилейшнз.

Так, «Санкт-Петербургский прейскурант», издание департамента внешней торговли, увидевший свет в 1806 г., регулярно печатал цены на товары, а «Киевские объявления», издававшиеся с 1835 по 1838 гг., оповещали читателей о потребительских свойствах товаров и различных видах услуг, появляясь ежедневно в январе во время крещенских ярмарок и рекламируя праздничную продукцию<sup>13</sup>.

Ранее мы отмечали, что такого рода публикации о потребительских свойствах товаров и различных видах услуг в современной литературе о паблик рилейшнз обозначены в виде фиче Релизов.

Разумеется, мы не можем утверждать, что этот тип текстов ПР уже существовал, но то что он начинает складываться — совершенно очевидно.

Отметим, что и упоминание о ярмарках (в современном значении мы бы истолковали их в качестве маркетинговых коммуникаций), и упоминание о месте их проведения (Place), ценах (Price), да и сам способ продвижения товаров и услуг, в частности с помощью особого вида издания департамента внешней торговли (Promotion) были нацелены на получение прибыли — (Profit).

Таким образом, мы вполне можем обнаружить 4 Р комплекса маркетинга.

Более того.

Уже к 20 годам XIX века появляются специальные приложения к некоторым российским газетам — тогда их называли просто — «Прибавления».

«Санкт-Петербургские ведомости» имели два Прибавления: «Прибавления, содержащие Казенные и Частные известия первым разом» и «Прибавления, содержащие Казенные и Частные известия вторым и третьим разом»<sup>14</sup>.

Следует отметить и тот факт, что «Земледельческая газета» имела исключительное право на объявления узкоспециального содержания, объявления о новых фабриках, о фактах появления нового производства, что давало ей возможность рекламировать новый товар. «Коммерческая газета», основанная в Санкт-Петербурге в 1825 г. как официальное издание департамента внешней торговли, информировала читателей о товарах и ценах на них в портовых городах и имела рубрики: «Прейс-Курант», «Биржевой курс».

Частное издание В. Егерского «Купец», функционировавшее с 1832 по 1835 гг., помещало чертежи и рисунки различных товаров и изделий, а некоторые, например кусочки тканей, прилагались к нему.

Остальные российские газеты и журналы получили право печатать частные объявления во второй половине XIX века; реклама присутствовала в официальной и частной столичной и провинциальной прессе: общественно-политических, отраслевых, литературных и других типах изданий.

Это очевидно косвенно ускорило процесс выделения изданий рекламной направленности в отдельный тип. В Москве начали издаваться газеты «Комиссионер», «Московский справочный листок», в Петербурге выходили в свет специализированные рекламные журналы «Торговля», «Торговля и жизнь», «Деловой будильник», «Искусство рекламирования», «Русские ведомости», «Московские ведомости», «Новое время», «Биржевые ведомости», в Одессе — «Рекламист».

Кроме регулярных рекламных газет и журналов специально ко дню тех или иных массовых мероприятий издавались специальные выпуски и листовки, примером чего может служить «Нижегородский ярмарочный справочный листок». Но и другие общероссийские газеты выделяли все большие печатные площади под рекламу и объявления.

Однако в журналах реклама попадалась значительно реже, т. к. считалась жанром сугубо газетным.

Примером чисто рекламной газеты может служить «Всеобщий листок объявлений промышленности и торговли», начавший выходить в 1871 г. Его тираж составлял 10 тысяч экземпляров, а распространение осуществляли 30 штатных сотрудников, заверявшие рекламодателей, что «Листок» получит практически каждый петербуржец, и при этом — бесплатно.

Газетчики, увидев в рекламе источник высоких доходов, стали искать новые формы привлечения внимания читателей, и уже в 60-е годы появилась модульная реклама. Очень быстро на рекламных страницах приобрели популярность рисунки, но основная их цель была просто приманкой для глаз. А для привлечения рекламодателей издаются специальные рекламные издания, в которых публикуются только объявления и реклама. На газетном рынке возникали и исчезали бесплатные рекламные приложения и газеты: «Торговый листок», «Всеобщий листок объявлений промышленности и торговли» и др.

Таким образом, именно в XIX веке произошло становление рекламных изданий в России, когда реклама сделала рывок и перешла от слабых, информационных, однообразных и мало экспрессивных форм к полноценной, разнообразной продукции<sup>15</sup>.

В бюджете частных изданий основные постоянные доходы изданий формировались из средств, вырученных от рекламы и объявлений, подписки и розничной торговли. Эти показатели существенно зависели от тиража издания. Рекламодателей привлекали издания общего содержания, рассчитанные на широкую и разнообразную публику, с тиражом несколько десятков тысяч экземпляров.

Такие издания, как правило, редко подвергались административным взысканиям, что гарантировало своевременный выход каждого номера. К концу XIX в. лидерами по сумме полученных от рекламы доходов стали «Новое время», «Петербургский листок»<sup>16</sup>.

Историк рекламы В. В. Бондаренко отмечает: в Российской империи расцвет коммерческой газетной рекламы приходится на конец 1890-х — начало 1910-х гг., когда в государстве начался интенсивный рост промышленности. Это привело к быстрому развитию коммерческой рекламы, которая постепенно перешла от простых объявлений к полноценной, содержательной, разнообразной по форме, содержанию и графике специализированной рекламе.

Издания находились в состоянии жесткой конкуренции, поэтому были вынуждены изыскивать новые способы привлечения клиентов. С расширением издательских возможностей совершенствовались и методы подачи рекламы (в частности, ей отводились все большие площади, появились отдельные рекламные листки, вкладыши и приложения; интенсивно использовались цвет, иллюстрация и графическое оформление). Как указывают исследователи истории рекламы (В. В. Ученова, Н. В. Старых, С. А. Комова, Т. Э. Гринберг, К. В. Кананыхин и др.), на рубеже XIX-XX вв. особое внимание уделялось жанровому разнообразию объявлений; интенсивно развивались такие формы, как стихотворная реклама, реклама-обращение, новеллы, консультации, «житейские истории» и т. д.<sup>17</sup>

С нашей точки зрения, эти жанровые модификации и формы рекламных сообщений вполне могли бы быть идентифицированы как пра-тексты паблик рилейшнз<sup>18</sup>.

В подтверждение нашего тезиса снова обратимся ко мнению киевского историка В. В. Бондаренко. «Одним из таких способов стала жанровая модификация, в частности использование стихотворных форм для изложения рекламного текста. Как правило, автор оставался инкогнито; часто использовались уже известные строки, рифмы, афоризмы; в традиционную поэтическую канву как бы вводились определенные рекламные символы и «ключевые слова» коммерческого сюжета. Подобные стихотворные объявления были гораздо интереснее и привлекательнее, чем обычные, сухие рекламные тексты. Чаще всего этот способ использовался для продвижения галантейных товаров, предметов роскоши, косметики. Часто стихотворные рекламные формы приобретали щуточный (комический, иронический, сатирический) характер, способствуя привлекательности, эмоциональной насыщенности, оригинальности представленного объявления».

Постепенно стихотворные рекламные объявления стали появляться и на первых страницах коммерческих изданий. Наряду с оригинальными формами и жанрами существовала и обычная рекламная информация, стандартные объявления о предоставлении тех или иных рекламных услуг, продукции книжных, промышленных и мануфактурных магазинов и пр. Издание, использующее разнообразные жанровые формы, только выигрывало, а мастерство стихотворного изложения спо-

составляло повышению эффективности рекламы и привлечению большего числа заинтересованных клиентов»<sup>19</sup>.

«Процесс капитализации прессы своеобразно преломился в деятельности цензурного ведомства. Министерство внутренних дел в конце XIX в. все чаще использовало методы экономического давления на печать. Наиболее популярными мерами стали запрещение розничной торговли, запрет на публикацию рекламных объявлений»<sup>20</sup>.

«В начале XX века, в период высшего подъема капиталистической экономики, в России начался подлинный расцвет рекламы. Так, в общеполитических изданиях реклама достигала половины объема.

Рекламу в периодических печатных изданиях можно условно разделить на две группы. Первая — это частные объявления, такие как продажа, сдача дач, квартир, усадеб и т.д.; репетиторство, вакансии, поиск работы. В рекламе наблюдается лаконичность, например «нужна кухарка». Вторая группа — более развернутая реклама, в ней появляются первые признаки маркетинга. Мощным толчком развития рекламы в печатных изданиях послужила конкуренция.

В рекламе появляется иллюстрация. Специально отведенные страницы газет и журналов пестрят мозаикой из рисунков «разного калибра» — шляпы, повозки, бутылки, рояли и т. д. Для большей части массовой печатной рекламы была характерна натуральность изображения. В целом газетная полоса выглядела не слишком эстетично. Рисунки по-прежнему оставались в первую очередь просто приманкой для глаза, полноценно иллюстрировать текст они не могли. Так, на рисунке швейные машины В. Вильсона ничем не отличаются от швейных машин «Зингер», как и велосипеды, пианино различных мастерских.

Что касается самого рекламного текста, то подавляющая часть была выражена количественным подходом, то есть расширенным описанием элементов. Постепенно он сменяется качественным подходом, который опирался на приемы психологического воздействия и экспрессивную насыщенность.

Новым в оформлении рекламы был прием использования «воздуха». Хотя в российской прессе этот прием появился еще в XIX в., но значительно чаще стал встречаться в начале XX в. Расширяются приемы воздействия на потребителя. На российский рынок внедряется премиальная торговля: «Вы можете получить рецепт значительного врача совершенно бесплатно»; «кроме того, каждый будет получать еженедельный иллюстрированный журнал». Основная часть рекламы продвигала лекарственные препараты. Картинки парижских мод отошли в специальные издания, вместо них появились торговые новинки типа пишущих машин новейшей конструкции. Реклама стала выполнять определенную просветительскую функцию. Новые тен-

денции в общероссийские газеты внесли события русско-японской войны и первой революции — появляется реклама благотворительных акций в пользу раненых воинов, детей-сирот, организаций приютов.

Наряду с темой благотворительности возникает еще одно немаловажное ответвление, ранее отсутствовавшее в русской печати, — вариант межличностной коммуникации, например брачные объявления.

Развитие рекламы в российской прессе начала ХХ в. проходило несколько этапов, связанных со стадиями политического и экономического развития государства. В начале века происходит взлет рекламной экспансии, проявившейся в изменении количества и облика рекламы на газетных полосах»<sup>21</sup>.

Появляются примеры массовых публикаций в прессе, которые могли бы быть идентифицированы как ПР-тексты внутри идеологии электоральных медиа-технологий. После свобод, «дарованных» в Высочайшем манифесте 17 октября 1905 г., перед отечественной журналистикой начала ХХ в. возникла новая задача — освещение первых в России выборов в Государственную Думу. Организация и процедура выборов того времени существенно отличались от современных: они проходили в несколько этапов в течение двух месяцев, причем предвыборная кампания и непосредственно сами выборысливались в единый процесс.

Сложная организация выборов предопределяла и специфику их освещения:

- сообщение об итогах местных избирательных собраний и некоторые общие сведения о выборщиках;
- адреса избирательных участков и разъяснения о порядке голосования;
- обзоры текущей предвыборной ситуации и прогнозы результатов выборов.

Стремясь завоевать возможно большее число голосов избирателей, партии помещали в прессе «различного рода взволнования и объявления о своих предвыборных собраниях. Такого рода агитация часто появлялась на первой полосе, среди коммерческой рекламы», являясь предшественником современного ПР, — пишет кубанский историк ПР О. А. Болтун<sup>22</sup>.

Подобного рода тексты, которые могли бы быть идентифицированы как (используем термин) «медиатексты ПР» были представлены в самых распространенных жанрах того времени. Нередко на страницах партийной прессы появлялись драмы, фельетоны, очерки, рассказы, басни, эпиграммы, отражающие взгляды оппозиции. «Особую роль сыграл фельетон, политической публистики, его спектр был широк — от блестящих образцов сатиры (В. Дорошевич, А. Амфитеатров) до лубочных примитивов. ПР-технологии, воздействующие на данную аудиторию, обычно ориентируются на лубочные формы масс-культуры»<sup>23</sup>, — добавляет О. А. Болтун.

Соласившись в целом со мнением кубанского исследователя ПР, тем не менее добавим, что неразделение понятий «ПР» и «публицистика», допускаемое автором, является, на наш взгляд, характерной ошибкой, затрудняющей «кристаллизацию» ПР и понимание сути этого феномена.

Разумеется, указанные процессы, помимо того, что показывают динамику и степень развития российских СМИ как рекламоносителей, свидетельствуют и о развитии совершенно новых технологий экономических коммуникаций, которые мы предлагаем рассматривать в качестве неких «зачаточных» форм не только современных электронных, но и маркетинговых технологий.

Между тем современные суждения на этот счет бывают настолько противоречивы, что по ряду мнения одного и того же автора не совпадают с его же собственными утверждениями на той же самой странице.

Пронализируем еще один «забавный урок по истории» и еще одну «маленькую задачу по обществоведению».

«**Прямой маркетинг** в его зачаточных формах, по оценкам видного специалиста по истории отечественного предпринимательства Д. Кузьмичева, возник в России в конце XIX века. При этом его основными формами были персональные продажи (например: продажи швейных машин фирмы «Зингер», продажи тканей) и торговля по каталогам (продажа книг по каталогам книготорговцев, в первую очередь — издательства Сытина, продажа тканей мануфактур Краснощековых, Морозовых, Прохоровых по их образцам в каталогах)»<sup>24</sup>, — пишет авторитетный исследователь И. Крылов.

Далее искренне уважаемый нами автор делает совершенно противоположный только что сказанному утверждению (о том, что прямой маркетинг в его зачаточных формах возник в России в конце XIX века) вывод, что директ-маркетинга в России, скорее всего, все-таки не было.

«Весьма распространено было так называемое коммивояжерство в XIX веке в Западной Сибири, на Дальнем Востоке и Камчатке, где им занимались американцы, которые вели меновую торговлю с местным населением (ружья в обмен на меха и т. п.).

Однако это уже трудно трактовать как прямой маркетинг — скорее, это возврат к примитивным формам торговли, характерным для средневековья и основанным на натуральном обмене, так что, как следовало ожидать, широкого распространения **развитые формы** прямого маркетинга и продвижения продаж в России не получили»<sup>25</sup>.

Между тем совершенно очевидно: других, кроме «зачаточных» форм директ-маркетинга, быть не могло не только на российской Чукотке, но и в местах не столь (а также гораздо более) отдаленных, потому, что сама концепция маркетинга в XIX веке просто—напросто еще не возникла.

Исследуем страницу далее.

**«Не сохранила история** отечественного предпринимательства и свидетельств о широком применении в России конца XIX — начала XX века методов продвижения продаж<sup>26</sup>, — пишет автор исследуемого произведения, но тут же делает вывод, явно противоположный только что выдвинутому тезису. — **Несомненно, использовались** простейшие из них — распродажи, продажи со скидкой, конкурсы, премии, призы. Кондитерская фабрика Абрикосовых привлекала детей традиционным для современного маркетинга способом: покупая конфеты, дети собирали обертки — на них помещались изображения животных, птиц, рыб и т. п. **Причем любопытно, что эта маркетинговая акция была согласована с Министерством народного просвещения, а картинки на обертках подбирались в соответствии с программой гимназии.** А вот что касается использования купонов, дисконтных карт, применения в торговых целях викторин или лотерей, каких-либо достоверных исторических свидетельств нет. В целом возможности использования лотерей (они назывались — тиражи выигрышных билетов) в России были жестко ограничены нормами законодательства о ценных бумагах, защищающими права потребителей (выделено и подчеркнуто мной — А.Б.)»<sup>27</sup>.

Ничего себе **простейшие** маркетинговые акции... согласованные с Министерством народного просвещения и с программой гимназии!

Тогда у нас-то нынче какие?

Становится совершенно очевидно, что умом и «сэйлз-промоушн» не понять, а раз так, то и нечего на него аршин общий тратить...

В конце главы, чтобы вновь почувствовать дух того времени, проведем совсем уж коротенькую экскурсию по старой «предмаркетинговой» Москве, а экскурсоводом в этой нашей небольшой прогулке будет некий репортер по имени Антон Чехов.

Но будучи очарованными изящным и легким пером великого мастера, непринужденным мастерством, с которым сделаны эти небольшие наброски, все-таки подметим про себя: не увидится ли нам случайно в этой прогулке нечто такое, что походило бы на пратехнологии будущих маркетинговых коммуникаций — скажем, наружной рекламы («сити-формат», сэйлз-промоушн, брендинга)?

«Некий Просин, неведомый миру господин, желая нажить миллион триста тысяч, взял на откуп столбы для объявлений.

Будучи жадным как акула, он расширил столбы ad maximum, до того что загородил двери магазинов.

Он чуть ли не вчетверо увеличил плату за на克莱ку объявлений и заявил, что он увеличит ее еще впятеро, если человечество будет продолжать коснеть в пороках»<sup>28</sup>.

«Русский человек, не в пример иностранцам, обладает одною органическою особенностью. Мужик ли он или графиня, живет ли по нянюшкиным сказкам или по Льву Толстому, он одинаково

не считает предосудительными три вещи: проехаться даром по железной дороге, попросить на чаек и купить за дешево дорогой товар.

Иностранны, глядя на нашего брата, разводят в изумлении руками. Им кажется странным, как это можно забыть до такой степени свое человеческое достоинство, чтобы сверх заработной платы попросить еще незаслуженное «на чаек»!

Эта скабрезная особенность присуща особенностям москвичам, и нигде в другом месте кулачество не пользуется так умело этою собенностю, как в Москве.

Зная, например, страсть москвичей к дешевому товару, московский торговый люд устраивает на Фоминой неделе дешевку — торжище, где за очень дешевую цену вы можете купить самые дорогие товары.

Надувательство работает во все лопатки...

Гниль, щели, прорехи и живые нитки замаскированы идеально, так что купленный за дешево сосуд разваливается при первом столкновении с житейскими надобностями и в руках потребителя остается одна только ручка; ситец расползается во время шитья, штаны трещат после первой польки, щегольские шляпы рыжуют на другой день после покупки.

Модные, поразительно дешевые костюмы, купленные в магазинах дешевого платья, оказываются приготовленными не из шерсти, а из кнопа, не того Кнопа, у которого в Кунцове четыре собаки съели горничную и которому недавно фабричные подносили благодарственный адрес, а из того кнопа, который делается из суконных тряпок, подбираемых в помойных ямах.

Но страсть к дешевизне прощает эту ложь более чем охотно.

Нужно видеть, как веселы и счастливы барышни, порхающие по пассажам и хвастающие дешевыми покупками!

И ни одна из них не потрудится задать себе вопрос: ради чего благодетельствуют торговцы и лично ли девицам пользоваться их одолжениями?

Этакие гешефтмахерки!»<sup>29</sup>.

«Насчет афганской границы ничего еще не известно, а в Москве уж воюют. Со дня на день ждут прибытия английских корреспондентов и батальных живописцев.

Шовинисты потирают руки. Воюют не англичане, не русские, а заготовители сатанинской крови, сиречь архибатчики и обер-водочники.

Casus belli<sup>30</sup> — конкуренция.

Каждый враг, стараясь доказать, что водки его неприятелей ни к чertу не годятся, подпускает торпеды, гонит и донимает политикой. Чего только не делается, чтобы насыпать в нос спящему неприятелю перцу, подставить ему ножку и спустить с лестницы его реноме.

Водочник Шустов предал анафеме все существующие водки и изобрел на страх врагам свою «аглицкую горькую».

Зимин ест Смирнова, Смирнов — Зимина.

А какая-то Авдотья Зимина, чтобы истребить Петра Смирнова, выпустила водку № 21, совершеннейшую подделку под смирновский № 21. Бутылка и ярлык совсем смирновские, а чтобы иллюзия была полнее, на ярлыке написано: «Петра Смирнова» (московского трактирщика, знакомством коего заручилась Зимина), а несколько выше самым мелким петитом: «по заказу». Чтобы показать, что Зимина знает по-французски, на углах ярлыка написано: «Eudoxie Zimina», отчего водка, говорят, получает особый специфический вкус. Братья Поповы наняли какого-то магистра химии, который в столовом вине «известного в Москве завода (понимай: врага Смирнова) за № 21 и вине за № 20 другого завода (Кошелева?), старающегося ввести (?) себя в известность своими рекламами», нашел мутность.

Заводчик Кошелев распинается за свой ректификационный спирт и т. д.

Все наперерыв печатают в газетах громаднейшие объявления и «сторонние сообщения», в которых обливают друг друга помоями.

Даже бр. Поповы, уличающие Смирнова в стремлении «ввести себя в известность», откупают целые страницы.

Смирнов завоевал себе позицию в «Листке», и оттуда его теперь никаким гвоздем не выковыришь...

Война, по всей вероятности, кончится тем, что заводчики передерутся и станут судиться.

Дерущиеся пауки съедают друг друга таким образом, что в конце концов остаются одни только ножки. Если бы так благоприятно кончилась война наших заводчиков, то оставалось бы только благодарить судьбу: не спивались бы тогда таланты, не вдохновлялись бы служители малой московской прессы — наступило бы царство трезвости...

Из всех заводчиков держит строгий нейтралитет одна только вдова...»<sup>31</sup>

И этот небольшой экскурс позволяет нам задать предмаркетинговый вопрос от имени современника указанных процессов — Власа Дорошевича: «Еще вопрос, кто нынче воинственнее: военные или русские фабриканты»<sup>32</sup>.

«Вот вам забавный урок по истории. Маленькая задача по обществоведению.»<sup>33</sup>

И несложная задача по маркетинговым коммуникациям. И серьезная задача по ПР.

## **Примечания**

1. Решетникова Т. // Элитный персонал. - № 42

2. Чумиков А.Н. Связи с Общественностью. — М., Дело. 2001. — С. 24-25.

3. См.: Е. Н. Пащенцев. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. — М.: «Финпресс», 2000. — 230 с.

4. [http://4p.ru/theory/t\\_nn\\_288san.html](http://4p.ru/theory/t_nn_288san.html)

5. См. Е. Н. Пащенцев. Указ. соч.

6. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе

- социального управления. – Спб., 1999 – С.260-261.
7. Очевидно, что эта точка зрения во многом схожа с мнением В. Моисеевой, генерального директора агентства «Имиджленд PR».
8. Шишкина М.А. Указ. соч.
9. McNair B. Media in post-Soviet Russia: an overview // European Journal of Communications. – 1994. – Vol. 9.
10. Здесь и ниже цит. по: Засурский И. Рекострукция России (масс-медиа и политика в 90-е) – М.:МГУ, 2001. – С.25-26
11. Засурский И. Указ. соч.
12. Абоян А. Развитие рекламной прессы в России в XIX в. // Проблемы массовой коммуникации на рубеже веков. Материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Воронеж, 2003. – С.159
13. Абоян А. Указ. соч.
14. Сляднева О.В. Очерки истории российской рекламы // В 2-х ч. – СПб., 2001. – Ч.1. – С.60.
15. Абоян А. Указ. соч.
16. Симонова Н.Б. Финансово-экономические аспекты деятельности периодической печати России конца XIX – начала XX вв // Журналистика в 2003 году: Обретения и потери, стратегии развития. Материалы научно-практической конференции Москва 3-6 февраля 2003 года. – Москва 2004. – Ч.III. – С.132.
17. Бондаренко В.В. Стихотворная реклама на страницах коммерческих изданий конца XIX – начала XX века // Журналистика в 2003 году: Обретения и потери, стратегии развития. Материалы научно-практической конференции Москва 3-6 февраля 2003 года. – Москва 2004. – Ч.III. – С.54.
18. В моем личном разговоре на эту тему с В.В.Ученовой, Виктория Васильевна отметила, что, может быть, наша гипотеза верна, но, поскольку ей не доводилось

заниматься собственно ПР-текстами, она не может утверждать это с полной категоричностью (автор).

19. Бондаренко В.В. Указ. соч. – С.54.
20. Симонова Н.Б. Указ. соч. – С 132.
21. Цеунов К. С. Рекламная экспансия периодической печати России начала ХХ в. // Журналистика в 2003 году: Обретения и потери, стратегии развития. Материалы научно-практической конференции 3-6 февраля 2003 года. – М., 2004. – Ч.III. – С. 142-143.
22. Болтун О.А. Фельетон и избирательные технологии начала ХХ века // Мир PR на Кубани. Материалы I региональной научно-практической конференции 15-16 марта 2000 года. – Краснодар, 2000 г. – С. 59.
23. Болтун О.А. Указ. соч. – С. 60.
24. Крылов И. Социология маркетинговых коммуникаций в России //Петербургский Рекламист. – 1997. – № 8. – С.15
25. Крылов И. Там же. – С.15
26. Крылов И. Там же. – С.15
27. Крылов И. Там же. – С.15
28. Чехов А.П. Полн. собр. соч. и писем: В 30 т. //Собр. соч.: В 18 т. 1881 – 1902. – М.: Наука, 1987. – Т.16. – С.100
29. Чехов А.П. Там же. – С.160 – 161.
30. Повод к войне (лат.).
31. Чехов А.П. Полн. собр. соч. и писем: В 30 т. //Собр. соч.: В 18 т. 1881 – 1902. – М.: Наука, 1987. – Т.16. – С.166.
32. Дорошевич В.М. По Европе. – М.: Издание т-ва Сытиных, 1905. – Т.5. – С.3.
33. Дорошевич В.М. Там же. – С.3.

г. Воронеж.



**М. А. Кирьяшина**

## **Манипулирование в избирательном процессе**

В статье А. Ю. Горчевой «Основы манипулирования людьми в избирательном процессе»ается весьма удачное определение манипуляции: это – «вид психологического воздействия, при котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений и установок, не совпадающих с теми, которые имеются у него в данный момент»<sup>1</sup>.

Манипуляция вынуждает избирателя голосовать за определенного кандидата вопреки здравому смыслу. По сути, в процессе манипулирования происходит блокировка рефлексии объекта воздействия.

Е. Г. Дьякова пишет: «массовая политическая коммуникация нередко отождествляется с манипулированием сознанием и даже зомбированием населения»<sup>2</sup>. С этим трудно не согласиться.

По мнению Почепцова, манипулирование – это способ коммуникативного воздействия, суть которого заключается в переносе внимания с одного объекта на другой. Переключение людей с большой проблемы на маленькую, или на новость и интересную информацию.

Слово «манипуляция» имеет корнем латинское слово *manus* – рука (*manipulus* – пригоршня, горсть, от *manus* и *ple* – наполнять). В словарях европейских языков слово толкуется как обращение с объектами с определенными намерениями, целями.

Оксфордский словарь английского языка трактует манипуляцию как акт влияния на людей или управления ими с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление или обработка.

Очевидно, что термин «манипуляция» является метафорой и употребляется в переносном смысле: ловкость рук в обращении с вещами перенесена в этой метафоре на ловкое управление людьми.

Соглашаясь с мнениями С. Кара-Мурзы и Д. Ольшанского, мы считаем, что манипулирование в избирательном процессе – это программирующее мнений и устремлений масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить такое их поведение, которое нужно лицам, владеющим средствами манипуляции; это управление мотивацией, носящее скрытый характер.

Многие исследователи выделяют два уровня манипуляции: 1) явный уровень воздействия (публично декларируемые намерения); 2) скрытый уровень воздействия (истинные намерения)<sup>3</sup>.

С давних пор основными инструментами манипуляции «являются слова и цифры, используемые в различного рода комментариях, аналитических обзорах, социологических опросах и рейтингах»<sup>4</sup>.

По мнению Г. В. Пушкаревой, существует три способа скрытого воздействия на сознание и подсознание (чем и является прямая манипуляция). Это – «использование технических средств (технология «25-го и 26-го кадра», «игра» со скоростью лентопротяжного механизма), введение человека в гипнотическое или полугипнотическое состояние и искусственное воздействие на ментальные процессы». Именно воздействием на ментальные процессы и пытаются заниматься кандидаты и их команды на выборах различного уровня.

Соглашаясь с А. Ю. Горчевой, можно сказать: «главная основа для манипуляции мнениями людей состоит в том, что реальное значение деятельности человека, выдвигаемого на определенный выборный пост, какой бы продуктивной она ни была, не является обязательным критерием победы в избирательном процессе, залогом успеха кандидата»<sup>5</sup>.

На выборах депутатов Государственной Думы РФ в Воронежской области и на выборах мэра – в г. Воронеже использовался ряд манипулятивных приемов. Попробуем их классифицировать.

### **1) Индоссамент, или сuggestия с помощью «свидетельства», или «ловля знаменитости».**

На выборах в Госдуму активно использовались рекомендации известных в широких кругах лиц: политиков, актеров, спортсменов, общественных деятелей. Международная миссия по наблюдению за выборами (ММНВ) в Государственную Думу Российской Федерации вместе с некоторыми российскими избирателями, заметила высокий уровень поддержки кампании «Единой России» чиновниками. К примеру, в Воронеже в предвыборный период проходили пресс-конференции с участием Бориса Грызлова, Любови Слиски и других политиков федерального значения. На них (наряду с первыми лицами Воронежской области) неизменно присутствовал кандидат по Левобережному округу № 77 от партии «Единая Россия» Сергей Чижов. С точки зрения закона все было верно: чиновники находились в отпусках, а кандидат на данных встречах не выступал, но, естественно, появлялся в новостных сюжетах вместе с политиками первой величины (С. Чижов получил 41,38 % голосов избирателей).

А. Феофанов считает: «...на массы, которые не очень-то знают кандидата на политический пост, гипнотически действует поддержка этого кандидата популярными в народе личностями. Их харизма как бы «проецируется» и на кандидата...»<sup>6</sup>.

Так, победитель выборов главы администрации г. Воронежа – Борис Скрынников – привлекал на свою сторону людей, пользующихся в Воронеже репутацией борцов: Галину Кудрявцеву, Сергея Рудакова, Василия Кочергина, Анатолия Голиусова, Юрия Анохина и др. Избиратели, не слишком хорошо знавшие Б. Скрынникова, как бы перенесли положительные качества сторонников кандидата на него самого.

#### **2) Манипуляция посредством модератора.**

Распорядитель дебатов, их ведущий может быть политическим манипулятором. Так, почти на всех теледебатах « Выборы – 2003» в Воронеже, когда не появлялся кандидат в депутаты Государственной Думы Сергей Чижов, его отсутствие подробно объяснялось (встреча с Борисом Грызловым, беседа с тренером сборной России по футболу Георгием Ярцевым и т. п.). Если же отсутствовал кандидат от партии СПС Александр Болдырев, тоже проводивший немало встреч, модератор сообщал: «кандидат такой-то не явился».

#### **3) Использование общественного или благотворительного Фонда в избирательном процессе.**

В Воронеже в период предвыборной борьбы за кресло мэра стал активно работать общественный фонд «Образцовый город». Его отношение к кандидату Ивану Образцову недоказуемо, но в сознании воронежцев возникла четкая ассоциация.

Слоганы на листовках и плакатах И. Образцова гласили: «Родному краю – образцовую столицу!», «В новый год – с образцовым мэром!» и т. д. Причем на листовках часто изображался Петровский Сквер с памятником Петру I в г. Воронеже. Тот же памятник присутствовал и на логотипе общественного фонда «Образцовый город». Кстати, тип шрифта на всех плакатах был одинаковым. Фонд «Образцовый город» приглашал воронежцев посетить: финал конкурсной программы «Образцовая семья» (где были выступления творческих коллективов, раздавались призы участникам и зрителям), концерт московских бардов ко дню рождения Владимира Высоцкого, праздник бокса, концерт симфонической музыки, ветеранов приглашали посмотреть фильм «Звезда» в к/т «Спартак». Очевидно, что фонд играл важную роль в избирательной кампании.

#### **4) Пресуппозиция.**

Была попытка манипуляции такого рода: по городу была расклеена листовка «Образцов или Витинник?» Кто-то из кандидатов пытался «отстроиться» от конкурентов на пост мэра г. Воронежа, выделив «основных претендентов»: В. Витинника и И. Образ-

цова. На самом деле кандидатов было восемь. И победу одержал другой претендент – Б. Скрынников. Хотя В. Витинник и И. Образцов вошли в тройку лидеров.

#### **5) Элементарная психологическая манипуляция.**

На западе практически запрещено использование в рекламе детей, крови и обнаженной женской натуры. Короткометражный фильм об И. Образцове строился главным образом на семейности (показывали отца кандидата, его детей, внуков) и народности (пение под баян казачьих песен и др.).

#### **6) Использование стереотипов мышления.**

П. Шампань утверждает: «Масс-медиа, и в особенности аудиовизуальные средства информации, обладают сегодня значительной символической властью. Это проявляется в возможности формулировать те или иные проблемы, создавать явления силой слова, т. е. навязывать массам определенное видение мира...»<sup>7</sup>.

Теледебаты на канале НТВ шли в рамках программы «К барьеру!» (ведущий – Владимир Крылов). 4 декабря 2003 г. в 22.50. на ринге встретились Дмитрий Рогозин (Блок «Родина», кандидат по Аннинскому округу № 76) и Анатолий Чубайс (партия СПС, глава РАО ЕС России). Дмитрий Рогозин на протяжении всей встречи в качестве ключевых использовал такие слова и словосочетания, как: олигарх, фашист, О. Бендер, рыжий (Бог шельму метит) и т. д.

В качестве заключения можно отметить, что умелое использование манипулятивных приемов может сделать эффективной практически любую избирательную кампанию, однако при этом политтехнологам не стоит забывать о морали и законе.

### **Примечания**

1. Горчева А. Ю. Основы манипулирования людьми в избирательном процессе // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 1. – С.91.

2. Дьякова Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу. // Полис. – 2003. – № 3. – С.109.

3. Почекцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика. – Киев: АДЕФ-Украина, 1998. – С.93.

4. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. – С.39.

5. Горчева А. Ю. Основы манипулирования людьми в избирательном процессе // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 1. – С.91.

6. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2000. – С.275.

7. Шампань П. «Делать мнение». Новая политическая игра / Пер. с фр. – М., 1997. – С.58.

М. А. Денисова

# М.А. Протопопов о творчестве А.П. Чехова

Известно, по меткому выражению А. П. Чехова, что заменить Н. К. Михайловского М. А. Протопоповым «так же трудно, как луну свечкой»<sup>1</sup>, однако оценивать критическое наследие этого самобытного деятеля в историко-литературном процессе России конца XIX в. односторонне отрицательно было бы неверно. Излишняя категоричность и прямолинейность, а порой язвительность и оскорбительные выпады в адрес противников, напоминающие «школу» Д. И. Писарева, создали ему определенную репутацию: к 90-м годам многие издания уже старались избегать «непрестанных рыканьи»<sup>2</sup> в его духе. Имя Протопопова традиционно стоит в ряду так называемых критиков «второго плана». Не стоит преувеличивать значение его деятельности, но острый полемический талант, оригинальность и остроумие сделали фигуру радикального публициста интересной и притягательной для определенного типа читателей. На сегодняшний день его статьи, не переиздававшиеся с 1902 года, вновь привлекают внимание как исследователей, так и всех, интересующихся историей русской литературы.

Первая статья М. А. Протопопова о Чехове написана в 1892 году. Именно в это время писатель, по выражению В. Г. Белинского, которое приводит автор, «попал на свою полочку», то есть «установился» в читательском восприятии. Вряд ли можно говорить об оценке критиком всего творчества Чехова: в трех посвященных ему работах упоминаются лишь некоторые из его произведений, а попытка дать периодизацию чеховского творчества преждевременна, так как не была написана еще значительная часть его рассказов и повестей. Тем не менее взгляды критика, часто сводимые к неприятию и неумению увидеть в Чехове талантливого продолжателя лучших традиций литературы XIX в., требуют серьезного анализа.

В цикле «Письма о литературе», опубликованном в журнале «Русская мысль», Протопопов помещает свои размышления по поводу рассказа Чехова «Жена», интересного, с его точки зрения, как свидетельство понижения уровня личного и общественного самосознания современного человека. Будучи уверенными в том, что жизнь несоизмеримо выше искусства, на первый план в своих работах он выдвигает именно общественный смысл произведения, что способствовало усилинию в них публицистического аспекта. Протопопов полагал, что его основной задачей является выражение взглядов на жизнь, на эпоху, на «потребности времени», присущих той части

общества, «которая в текущую историческую минуту представляется наиболее деятельным и активным жизненным элементом»<sup>3</sup>. Именно поэтому им с недоверием был встречен рассказ, трактующийся критиком как провозглашение обратных истин, как проповедь равнодушия, наносящая непоправимый удар лишь недавно начавшей формироваться обязанности прийти на помощь обездоленному народу.

Главный герой рассказа, богатый инженер-землевладелец, никак не может определиться с помощью голодающим крестьянам: у него есть средства, но он не знает, как правильно их использовать. Будучи при этом человеком принципиальным, он требует наказать тех, что залезли к нему в амбар и утащили 10 кулей ржи. Тем не менее инженер наконец решается и жертвует в пользу голодающих почти все свое состояние. Протопопов видит в этой истории непоследовательность автора в изображении героя, он, как и большинство рецензентов, считает неудачной попытку Чехова показать его духовное перерождение: «Это очевидная психологическая несообразность<...>в сорок шесть лет от роду люди не меняются таким радикальным образом, в особенности на протяжении нескольких недель»<sup>4</sup>.

Критик обнаруживает в этом произведении абсолютное «смещение понятий и явлений»<sup>5</sup>, причину которого видит в неумении Чехова «привязать свой челнок к корме большого корабля, то есть отаться какой-либо идеей»<sup>6</sup>. Расхожее обвинение в адрес писателя! В целом же Протопопов считает тенденцию рассказа не столько личной ошибкой писателя, сколько знанием времени: «равнодушие, вменяемое в достоинство, отсутствие определенных взглядов, поставляемое мудростью, беспринципность, возводимая в принцип»<sup>7</sup>.

Вторая статья, написанная в этом же году, в названии «Жертва безвременья (Повести г. Антона Чехова)» явно перекликается со статьей Н. К. Михайловского «Герой безвременья», посвященной М. Ю. Лермонтову. Интересна она еще и с той стороны, что по-своему характеризует уровень большей части русской радикальной критики, которая без силы таланта, свойственной Белинскому и Михайловскому, стремилась ставить глобальные вопросы. Работа производит странное впечатление тем, что первая треть текста почти не имеет связи с творчеством Чехова и заявленной темой, это скорее рассуждения об общественно-политических проблемах, в которых художественное произведение привлека-

ется лишь в качестве иллюстрации или отправной точки для разговора «по поводу».

Автор предлагает свое видение отдельных фаз развития и мотивов настроения Чехова. Так, начальным этапом Протопопов считает «безвременность и беспричинную грусть»<sup>8</sup>, нашедшую свое выражение в повести «Степь». Внутренний мир писателя раскрывается здесь в необычайно поэтических описаниях природы, которая живет и действует, как разумное существо, но автор вовсе не восторгается ею: «Г. Чехов тоскует и плачет, только тоскует, глядя на степь, без малейшей примеси того чувства простора, шири, свободы, удали, которое так свойственно жизнерадостному русскому человеку»<sup>9</sup>.

Следующий, второй этап критик именует как «превознесение под видом опровержения, метафизического нигилизма или так называемого пессимизма», иными словами, как попытку борьбы с мрачными мыслями, обуревавшими писателя. Эта попытка, по Протопопову, не удалась: свидетельство тому – повесть «Огни», одно из слабейших (с точки зрения критика) его произведений. Отвлеченный пессимизм, по мнению Протопопова, переродился в практический скептицизм, плодом которого явилась драма «Иванов». Оценка этого произведения во многомозвучна с размышлениеми Михайловского в статье «Молодость ли?». Протопопов также иронизирует по поводу тех трудов и забот, которые подкосили жизнь тридцатилетнего героя и стали причиной его разочарованности. «Человек, очевидно, болен, – уверен критик, – и ему не рассуждать следует, а надо скорее собираться и ехать за помощью к профессору Монассину, а, быть может, к профессору Балинскому или доктору Чечоту. Расстройство нервов – болезнь очень известная и медицина против нее совсем не бессильна»<sup>10</sup>. Симпатии автора в пьесе тем не менее на стороне Иванова, это становится еще более очевидно благодаря введению доктора Львова, человека-схемы, словно сделанного из папье-маше. Он призван, по мнению критика, «оттенить своим честным бездушием и тупою логичностью нервность, страсть, живую плоть и живую кровь Иванова»<sup>11</sup>. Едкая насмешка, умение изящно и тонко провести свою мысль, шутливо представить какую-либо из высказанных писателем идей – все это, несомненно, вызывало интерес к критическим размышлениям Протопопова.

Драма «Иванов» как раз иллюстрирует третий, заключительный этап, состоящий в примирении с жизнью. Критик спешит резюмировать всю сущность литературной деятельности Чехова последнего периода фразой Иванова: «Запритеся себе в свою раковину и делайте свое маленькое, Богом данное дело»<sup>12</sup>. Протопопов полагает (совершенно ошибочно), что все остальные произведения писателя («Именины», «Скучная история», «Дуэль», «Жена») являются лишь вариацией на эту тему.

Последняя статья, впрочем, не может быть рассмотрена лишь как явное свидетельство критической недальновидности Протопопова, налицо в ней и его сильные стороны: умение почувствовать индиви-

дуальность писателя, разглядеть мастерство пейзажных и психологических зарисовок, готовность признать его значительный литературный талант. Многие современные исследователи сходятся в том, что именно Протопопов одним из первых указал на важную и, может быть, доминирующую черту чеховской художественной системы: абсолютное неприятие в человеке и обществе лжи, фальши<sup>13</sup>.

Протопопова, конечно, не случайно причисляют к ряду критиков, обвинявших Чехова в безыдейности, в отсутствии у него идеалов. Поводом для упреков подобного рода становится и трактовка образа старого профессора из «Скучной истории», в уста которого автор якобы вкладывает многие из своих собственных взглядов и размышлений. Критик ошибочно отождествляет героя с автором, считает, что Чехов подспудно, не отдавая себе в этом отчета, рисует себя и характеризует свое творчество, лишенное общей идеи: «Суждения г. Чехова метки и острогумны, картины его воображения большею частью ярки и живы, но в чем состоит миросозерцание его – этого никто не скажет, потому что у г. Чехова его вовсе нет»<sup>14</sup>.

Критик убежден, что развитие личности находится в тесной зависимости от состояния общества, поэтому не стремится возлагать на Чехова какие-либо надежды. Он считает, что природная самоуверенность писателя вкупе с эпохой безвременья, на которую выпало формирование его взглядов, сделали из него разочаровавшегося во всем тридцатилетнего мудреца, чье сомнение постепенно превращается в отрицание. Окончательные итоги Протопопов подводить не спешит, он опасается, что Чехов окончательно остановится на низкопоклонстве перед существующим, но все же хочет надеяться, что этого не произойдет.

Третья и последняя статья Протопопова о Чехове посвящена повестям «Мужики» и «Моя жизнь». Эта работа написана спустя полгода после выхода в свет названных произведений, так что критик имел возможность ознакомиться и с многочисленными отзывами своих товарищ по перу. Следуя общему духу народнической критики, он не причисляет свой голос к хору «песнопений», расценивая первую повесть как «кислую пессимистическую гримасу по адресу деревни», а вторую – как «столь же кислую гримасу по адресу города». Протопопов, как и многие другие, не избежал сравнения произведений Чехова с творчеством Г. И. Успенского и иронически разбирает, какие же наблюдения над жизнью мужиков сделал этот «новоизобретенный авторитет в народоведении»: люди живут бедно, пьют, бранятся, не верят в Бога. «Плохо скрытый ужас, с каким г. Чехов сообщает [это. – М.Д.], поистине комичен», – считает критик, не увидевший в изображении деревни писателем ничего принципиально нового. Существенным недостатком повести Протопопов называет схематичность подхода: автор затрагивает лишь внешнюю сторону явлений, не раскрывая сущности крестьянской души. Так, своим мнением о царящем в крестьянской среде неверии в Бога он противоречит не только обычному, истори-

чески сложившемуся представлению о русском народе как о народе религиозном, но и целому ряду литературных авторитетов. Не согласен критик и с масштабностью заглавия, предлагая заменить его на более подходящее в данном случае: «Мужики с точки зрения трактирного лакея». Столь негативная оценка вызвана прежде всего неприятием подчеркнутого спокойного, невозмутимого тона повествователя, который не совпадает с убеждением Протопопова в необходимости открыто проповедовать, утверждать те или иные общественные идеалы.

Повесть «Моя жизнь» представляется критику более удачной: в ней есть глубокое проникновение во внутренний мир героя, дан его психологический портрет. Благодаря сопоставлению двух повестей — «Мужики» и «Моя жизнь», критик избежал заблуждения многих истолкователей творчества писателя, полагавших, что Чехов противопоставлял деревне город. Протопопов отмечает, что, по Чехову, и в городе уклад жизни вовсе не предстает благополучным, надо лишь внимательнее к нему приглядеться. Мужик же в повести «Моя жизнь», в отличие от горожан, обладает, оказывается, одним неоспоримым достоинством: «...приглядываясь к нему поближе, чувствуешь, что в нем есть то нужное и очень важное, чего нет в образованных людях, а именно: он верит, что главное на земле — правда, и что спасение его и всего народа в одной лишь правде, и потому больше всего на свете он любит справедливость»<sup>15</sup>.

### **Примечания**

1. Письмо А. П. Чехова А. Н. Плещееву от 15 сентября 1888 года // Полн. собр. соч. и писем: В 30 т.

Письма: В 12 т. — М., 1976. — Т.3. — С.277.

2. Петрова М. Г. Мемуарная версия при свете архивных документов (Чехов, Михайловский и другие) / М. Г. Петрова // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. 1987. — Т. 46. — № 2. — С.161.

3. Протопопов М. А. Литературно-критические характеристики / М. А. Протопопова. — СПб., 1896. — С. 78.

4. Протопопов М. А. Письма о литературе. Письмо третье / М. А. Протопопов // Русская мысль. — 1892. - № 2. — С.214.

5. Там же. — С.210.

6. Там же. — С.207.

7. Там же. — С.215.

8. Протопопов М. А. Жертва безвременья (Повести г. Антона Чехова) / М. А. Протопопов // Русская мысль. — 1892. - № 6. — С.121.

9. Там же. — С.116.

10. Там же. — С.119.

11. Там же. — С. 120.

12. Там же. — С. 121.

13. См.: Фомин А. Чехов в русской критике. Опыт библиографического указателя / А. Фомин. — СПб.,1907. — С.6.; Петрова М. Г. Эстетика позднего народничества / М. Г. Петрова // Литературно-эстетические концепции в России конца XIX– нач. XX века. — М., 1975. — С.125; Магдеева Г. М. Литературно-критическая деятельность М. А. Протопопова. Дисс. на соиск. уч. степени кандидата филол. наук / Г. М. Магдеева. — Казань, 1987. — С.165.

14. Протопопов М. А. Жертва безвременья (Повести г. Антона Чехова) / М. А. Протопопов // Русская мысль. — 1892. - № 6. — С.112.

15. Протопопов М. А. Жизнь и литература / М. А. Протопопов // Одесские новости. — 1897. - № 4115 (16 окт.). — С. 1.



**Н. С. Пояркова**

# **Образ Москвы в ранней прозе М.А. Булгакова**

Москва, как и Киев, Владимир, Петербург, сыгравшие, каждый в свою эпоху, роль политического, экономического, культурного и духовного центра российского государства, принадлежит к особому роду мифопорождающих пространств. К ней в полной мере относятся слова В. Н. Топорова о существовании «сверхнасыщенных реальностей, которые не мыслимы без стоящего за ними целого и, следовательно, уже неотделимы от мифа и всей сферы символического» (Топоров В. Н., 1995, с. 259).

В середине 20-х годов прошлого столетия философ Г. П. Федотов попытался определить культурные и духовные составляющие трех городов, бывших когда-то столицами, — Киева, Петербурга и Москвы. Значение Киева виделось ему в том, что именно этот город стал наследником Византии и центром православия, величайшей святыней: «Бесчисленные народы, проходившие по этим горам, культуры, сменявшие друг друга, имели один смысл и цель: здесь воссиял крест Первозванного, здесь упало на славянско-варяжские терема золотое небо святой Софии» (Федотов Г. П., 1988, т. 1, с. 67). Доминантами киевского пространственно-временного континуума, центром которого служит собор св. Софии, по мысли Г. П. Федотова, являются идея включенности исторического времени в сферу вечности («Как в Риме, чувствуешь здесь святость почвы, но насколько глубже уводят здесь воспоминания в седую древность!»), идея взаимосвязи земного бытия человека и его духовной жизни, выраженная в структурировании городского пространства вдоль вертикальной оси («Здесь земля легко и радостно возносится к небу в движении четырех столпов, и свод небесный спускается ей навстречу, любовно объемля крылами парусов своих»), и, наконец, идея гармонии, уравновешенности природного и сверхприродного, залогом которых служит религиозная вера («Здесь все полно завершенного покоям, достигнутой мерой, свободой в законе, бесконечностью, замкнутой в круг <...> кажется, что лучше не выразить в камне самой идеи православия»). Характерно, что Г. П. Федотов напрямую соотносит городское пространство с пространством храма, Киев у него, если воспользоваться терминологией Ю. М. Лотмана, — **город на горе, или вечный город**.

Петербург и Москва противопоставляются философом как воплощение западного (европейского) и восточного (азиатского) начал. Город Петра — это «все мужское, все разумно-сознательное, все гордое и насильственное в душе России» (Федотов Г. П., 1988,

т.1, с. 51). Он наделяет человека творческой энергией, но взамен требует «жизни аскета и смерти мученика». Женское начало России представляла провинциальная, дореволюционная Москва. Лишенная Петром I бремени политической власти, она, «как старая, добрая няня», жалела Россию, дарила «истерзанному россиянину» возможность вольной, неторопливой, спокойной жизни.

Однако, как отмечает философ, после Октября 1917 года и перенесения столицы в Москву оба города изменились неизвестно и необратимо. С Петербурга революция сняла все «наносное», «пришлое», сделав его «обителю русской мысли», судьба Москвы оказалась драматичнее: «Революция пощадила тело Москвы, почти ничего не разрушив, — и ничего не создав в ней. Она лишь исказила ее душу, вывернув наизнанку, вытряхнув дочиста ее особняки, наполнив ее пришлым, инородческим людом» (Федотов Г. П., 1988, т.1, с. 57). Перемена статуса города вызвала изменения его сущности и, не согласимся с Г. П. Федотовым, облика, а также повлекла за собой осмысление этого процесса в работах историков, философов, художников того времени.

В литературе послереволюционной России осмысление новой роли Москвы происходит в произведениях таких разных и по своим взглядам, и по художественной манере авторов, как А. Белый, А. Платонов, Б. Пильняк, В. Маяковский и т. д. Ко второй половине 20-х годов в общих чертах складываются два основных мифа об этом городе: в первом московское пространство наделяется чертами «петербургского мифа» (например, в романе «Вор» Л. Леонова, в «Третьей столице» и «Повести непогашенной луны» Б. Пильняка), во втором Москва представлена как цветущая столица социалистического государства. Постепенно, главным образом в связи с изменением общественно-политического климата в советской России, первая мифологема в послереволюционной литературе вытесняется на периферию. В 1933 году советское правительство сделало попытку направить творческие искания писателей, художников, кинематографистов в нужное, соответствующее официальной советской идеологии русло, организовав акцию под лозунгом «Пролетарская Москва ждет своего художника»<sup>1</sup>. С этого момента «узаконенной» становится именно вторая мифологема, в советской литературе закрепляется радостный, светлый образ Москвы — столицы нового государства, который с различными вариациями и

реализуется в произведениях писателей социалистического реализма.

Среди авторов, обратившихся к теме новой Москвы еще в начале 20-х годов, т. е. до утверждения соцреалистического образа столицы в советской литературе, был и М.А Булгаков, действие большей части произведений которого происходит именно в этом городе.

М. А. Булгаков принадлежит к тем писателям, которые вступили в литературу уже после революции 1917 года. На его глазах произошло крушение великой империи, а вместе с ней и былых установлений, традиций, культуры. Все – быт, устои, религия, философия, этические и эстетические нормы – было «разрушено до основания». Мир внезапно был приведен к «нулевому уровню», означавшему конец старого и, как утверждалось, начало нового, лучшего. 1920-е годы стали временем поисков тех безусловных ценностей, которые должны были послужить основой существования советского государства и советского гражданина. Более того, интернациональные устремления коммунистов, глобальный характер футурологических представлений большевистских идеологов, нашедших свое выражение в произведениях искусства и литературы того времени, приводили к тому, что новые фундаментальные принципы личной и общественной жизни распространялись на весь мир, а зачастую (как, например, в фантастическом романе А. Толстого «Аэлита» или онтологической прозе А. Платонова) и на вселенную.

Это способствовало тому, что уже к концу второго десятилетия XX века в России возрождается концепция «Москва – третий Рим». Если же учесть, что эта концепция была сильно деформирована (гипертрофирован политический аспект и совершенно не учтен религиозный), правильнее будет обозначить ее как «Москва – четвертый Рим». С момента переноса столицы советской России из Питера в Москву именно здесь располагался центр политической и культурной жизни страны. Этот город, олицетворявший отныне государство, стал восприниматься советскими гражданами как начало новой цивилизации, отвергнувшей прошлое, которое оценивалось крайне негативно, и устремленной в будущее. Это представление о Москве найдет отражение в ранней публицистической и художественной прозе М. Булгакова, например в цикле очерков 1923 года «Столица в блокноте»: «*Москва – котел: в нем варят новую жизнь. Это очень трудно. Самим приходится вариться. Среди Дунек и неграмотных рождается новый, пронизывающий все углы бытия организационный скелет*» (Булгаков М. А., 1988, с. 58).

Москва в булгаковских очерках начала 20-х годов – это современный, технологически развитый, динамичный, стремительно меняющийся город, его символом становится летящий по улицам трамвай «Аннушка». В фельетонах рассказчик то и дело отмечает признаки возобновления после разрухи «нормальной» (это слово в текстах М. Булгакова неизменно наделено особой значимостью), прежде всего в бытовом отношении, жизни: открытие магазинов, появление рекламы на улицах, оживленное движение

автомобилей, театральный зритель во фраке, мальчик, направляющийся в школу. В этом ряду появляется и знак, который в последующих произведениях М. Булгакова превратится в символ жизни – как физической, так и духовной. Это – электрический свет, свет лампы под абажуром. В фельетонах зажженный свет превращается в лейтмотив победы над ужасами и лишениями военного и революционного времени: «*В глубине запущенных помещений загорелись лампочки, и при свете их зашевелилась жизнь...*»; «*Вспыхнули сильные круглые лампы над выставками или узкие ослепительные трубы по бокам окон*»; «*День... два, и за стеклами загораются лампы, и... или материи каскадами, или же красуется под зеленым абажуром какая-то голова, склонившаяся над бумагами*» (Булгаков М. А., 1988, с. 36; 37; 45).

Столь же обильно, как светом, насыщены фельетоны М. Булгакова описанием всевозможных блюд, напитков, продуктов. К проблеме гастрономических артефактов в творчестве этого писателя в 1994 году обратились исследователи С. Кульюс и С. Туровская. Они заметили, что тема гастрономии, появившись уже в очерковых материалах М. Булгакова, в зрелом творчестве писателя обретает оценочную и конструктивную функции и участвует в построении художественной модели мира. В начале же 20-х годов «хорошая» еда – это составляющая нормы жизни, которая в конце 10-х годов ХХ века была разрушена и теперь стала восстанавливаться. «*В эпоху неупорядоченной жизни и разного рода социальных потрясений и катаклизмов, еда сама по себе <...> приобретает некий дополнительный смысл, становясь символом трудно достижимого идеала*» (Кульюс С., Туровская С., 1994, с. 72).

Время, актуальное для рассказчика в очерках, М. Булгаков называет ренессансом. Впервые это слово как обозначение особого периода в жизни советской Москвы появилось в ненапечатанном фельетоне 1922 года «Торговый ренессанс». Через год оно прозвучит в фельетоне «Столица в блокноте». Ренессанс у М. Булгакова – это возрождение, восстановление нормы жизни, и в этом смысле процесс, положительно сказывающийся на существовании человека. Но выражение «торговый ренессанс» представляет собой оксюморон – сочетание семантически контрастных слов – и вскрывает иронию автора, от фельетона к фельетону нарастающую. Вспомним, что понятие «ренессанс» было введено впервые в искусствоведческую практику в 15 веке Дж. Вазари. В европейской традиции этим термином обозначается конкретный период развития западноевропейской мысли и художественной культуры, необычайный взлет человеческого духа. Ренессанс, в традиционном, закрепленном в мировой культуре понимании, возможен в сфере интеллектуальной, культурной и не возможен в сфере экономической, материальной. М. Булгаков же иронически обозначает словом «ренессанс» (а не более нейтральным словом «возрождение») время появления в советской Москве фрака, ресторанов, скупщиков валюты и других достижений цивилизации на фоне всеобщей безграмотности, от-

существия культуры и нравственных установок у новых «хозяев жизни» — буржуа-нэпманов и гегемонов-пролетариев. Вот эта ирония, за которой стоит ощущение некоторой ущербности нового мира, и отличает образ Москвы, созданный М. Булгаковым, от того лубочного образа цветущей столицы, который в эти годы начинает формироваться в произведениях идеологически выдержаных авторов (например, в поэтических книгах Д. Бедного, А. Жарова, Я. Смелякова, Е. Долматовского).

Образ Москвы, возникающий в прозе М. Булгакова, имеет несколько ипостасей, и энергичный, современный, возобновленный к жизни город — лишь одна из них. В первой половине 20-х годов продолжала еще существовать и другая Москва, патриархальная, с вековыми традициями. Эта Москва, в отличие от советской столицы, включенной в реально-историческое время, была включена в мифологическую модель мира и мыслилась в связи с этим как вечный город.

Еще в древнерусской литературе закрепилось представление о Москве как священном городе, новом Иерусалиме, центром и залогом величия которого была церковь Успения Пресвятой Богородицы. До XVI века «имя Москвы явно охватывает государство/город/храм в их недифференцированном, «безраздельном» единстве» (Одесский М. П., 1998, с. 12) и лишь затем оформляется собственно столичный миф, который в XVII веке в существенно преобразованном виде становится основой «петербургского мифа». Однако мифологема Москвы — священного города сохраняется вплоть до XX века и время от времени возникает в художественных текстах<sup>2</sup>.

В прозе М. Булгакова тоже появляется образ старого, дореволюционного города, ставшего частью нового мира. В очерковых произведениях возникают детали, напоминающие о патриархальной Москве: старые названия улиц, упоминание о церквях (в этом смысле показательно название фельетона «Сорок сороков», в котором Москва постулируется как город церквей). Намечается и сакрализация московского пространства; например, центром города в фельетоне «Москва Краснокаменная» является Храм Христа, который превращается в символ дореволюционной православной России. Его описание во многом предвосхищает описание вечного Города в романе «Белая гвардия»: «Зимой массивные ступени, ведущие от памятника, исчезали под снегом, обледеневали. Мальчишки — «Ява рассытная» — скатывались со снежной горы на салазках и в пробегавшую мимо Аннушку швыряли комьями» (Булгаков М. А., 1988, с. 39). Характерные детали этого эпизода — катание детей со снежной горы, ощущение незыблемости всего существующего, которое передается в тексте фельетона с помощью особой формы глаголов со значением постоянно, неизменно повторяющегося действия, — появляется затем в сцене возвращения Николки Турбина домой после сражения на улицах Города: «Когда Николка пришел к началу своей улицы, кругого Алексеевского спуска, и стал подниматься по ней, он увидел у ворот дома № 7 картину: двое мальчуганов в серень-

ких вязаных курточках и шлемах только что скатались на салазках со спуска. Один из них, маленький и круглый, как шар, залепленный снегом, сидел и хохотал» (Булгаков М. А., 1996, т.1, с. 577). Однако этот же эпизод получает в фельетоне и несколько иное звучание, может расцениваться и как насмешка над старым, дореволюционным миром и его ценностями: дети катаются не просто с горы, а со ступенек Храма, с горы, являющейся как бы природной частью Храма.

С образом Храма Христа в фельетон вводятся также дополнительные пространственные и временные измерения. Храм — это вертикаль, соединяющая верх и низ, небесное и земное, вечное и временное. В тексте М. Булгакова эта вертикаль получает некое зримое выражение в виде воздушного столба: «За Храмом, там, где некогда величественно восседал тяжелый Александр III в сапогах гармоникой, теперь только пустой постамент. <...> И над постаментом воздушный столб до самого синего неба» (Булгаков М. А., 1988, с. 39). Кроме того, с образом Храма в текст фельетона имплицитно вводятся идеи масштабности мира, его бесконечности и неизбыtnости.

В тексте булгаковских произведений закрепляется вертикальное строение Москвы, ее устремленность вверх. Так, в первом абзаце «Панорамы второй: Сверху вниз» цикла очерков «Столица в блокноте» подчеркивается устремленность города вверх: «На самую высшую точку в центре Москвы я поднялся в серый апрельский день. Это была высшая точка — верхняя платформа на плоской крыше дома бывшего Нирензее, а ныне Дома Советов в Гнездниковском переулке. Москва лежала, до самых краев видная, внизу. Не то дым, не то туман стлался над ней, но сквозь дымку глядели бесчисленные кровли, фабричные трубы и маковки сорока сороков. Апрельский ветер дул на платформы крыши, на ней было пусто, как пусто на душе. Но все же это был теплый ветер. И казалось, что он задувает снизу, что тепло поднимается от чрева Москвы» (Булгаков М. А., 1988, с. 60). При этом координаты «верх»/«низ» имеют не только пространственное значение, но и духовное. М. Булгаков не случайно использует в одном из очерков в качестве заголовка перифраз Москвы — «сорок сороков», насыщает текст очерков описаниями или упоминаниями о многочисленных московских церквях. Писатель намечает образ города на горе, или города **концентрической структуры**. Подробное описание данной модели города осуществил Ю. М. Лотман в статье «Символика Петербурга». Город концентрической структуры «относится к окружающему как храм, расположенный в центре города, к нему самому, он, как правило, расположен в центре Земли. Вернее, где бы он ни был расположен, ему присыпывается центральное положение, он считается центром. <...> Концентрическое положение города в семиотическом пространстве, как правило, связано с образом города на горе (или горах). Такой город выступает как посредник между землей и небом» (Лотман Ю. М., 2001, с. 321). В творчестве М. Булгакова наиболее полными выражениями данной модели являются Город (ро-

ман «Белая гвардия») и Киев (очерк «Киев-город»), точнее, их «вечные» ипостаси.

Для произведений писателя характерна сложная система временных координат. Пример, ставший уже хрестоматийным, зачин «Белой гвардии»: «*Велик был год и страшен год по Рождестве Христовом 1918, от начала же революции второй*» (Булгаков М. А., 1996, т.1, с. 437), — устанавливющий двойную систему координат (вечность и история), относительно которой будут рассматриваться все темы романа.

Временная многомерность может быть отмечена и в очерках, где кроме актуального плана появляются еще два — будущее и прошлое. Будущее связано с надеждой автора на полное восстановление утраченной в годы революции и гражданской войны нормы жизни. Оно откровенно идеализируется и упрощается, приобретая черты утопии, что, несомненно, осознается самим автором и вызывает его иронию. Показателен в этом отношении финал цикла очерков «Москва 20-х годов»: «*Когда в Москве на окнах появятся белые билетики со словами: «СДАЕЦА», все придет в норму.*

*Жизнь перестанет казаться какой-то колдовской маетой — у одних на сундуке в передней, у других в комнатах в обществе неожиданных племянниц.*

#### **Экстаз**

*Москва! Я вижу тебя в небоскребах!*» (Булгаков М. А., 1988, с. 117).

Прошлое, как основание настоящего, в фельетонах неоднородно. Возникают два прошлых времени — Perfekt и Plusquamperfekt. Это, если воспользоваться терминологией самого М. Булгакова, соответственно, «голые времена» («история») и «легендарные времена». «История» приходится на эпоху революции, гражданской войны, голода, разрухи. «Легендарные времена» представлены дореволюционным периодом существования России, это эпоха культуры, покоя, единства человека и мира, эпоха **нормальной** жизни. Упоминание о «легендарных временах» впервые появляется в фельетоне 1922 года «Москва Краснокаменная», а затем, через год, возникает и в очерке «Киев-город»: «*Словом, город прекрасный, город счастливый. Мать городов русских.*

Но это были времена легендарные, те времена, когда в садах самого прекрасного города нашей Родины жило беспечальное, юное поколение. Тогда-то в сердцах у этого поколения родилась уверенность, что вся жизнь пройдет в белом цвете, тихо, спокойно, зори, закаты, Днепр, Крещатик, солнечные улицы летом, а зимой не холодный, не жесткий, крупный ласковый снег...

...и вышло совершенно наоборот.

*Легендарные времена оборвались, и внезапно, и грозно наступила история* (Булгаков М. А., 1988, с. 77). Из данного отрывка можно увидеть, что «легендарные времена» входят в хронотоп «вечного города». Используя это, определенным образом маркированное, словосочетание в очерке о Москве, писатель актуализирует вневременную ипостась этого города и устанавливает опосредованную связь с киевским пространством. Не просто близкими, а естественным

образом связанными две столицы окажутся позднее в «Белой гвардии». В этом романе Москва и Город соединены «высоченным», «стреловидным» мостом (в его характеристике подчеркнута верхняя координата) и «тяжелым», приземленным Николаевским мостом. Последний связывает уже не «вечные» города, а пространства, на которых разворачивается действие истории.

Итак, соотнесение Киева и Москвы в творчестве М. Булгакова является достаточно постоянным и во всех случаях образ Москвы поверяется образом родного писателю города. Однако сакрализованное московское пространство, в сравнении с киевским, оказывается менее устойчивым и часто переходит в свою противоположность — пространство фантасмагорическое, демонизированное.

Впервые демонизированный образ Москвы появляется у М. Булгакова задолго до «Мастера и Маргариты» — в середине 20-х годов во второй части повести «Записки на манжетах». Первая глава повести, имеющая символическое название «Московская бездна. Дювлам», вся построена на многочисленных переходах героя из «верхнего» пространства в «нижнее». Москва видится начинающему писателю, впервые попавшему в этот город, бездной. Словосочетания «бездонная тьма», «черная бездна» неоднократно появляются в тексте этой главы. Постепенно возникает мотив заколдованного места, иного мира: в черной бездне, во тьме слышатся «демонические голоса», которые принадлежат странным существам в серых балахонах. Важно, что определить точные пространственно-временные координаты этого места невозможно, оно находится вне реальной действительности: «*Все тьма. Где это? Какое место? Все равно. Безразлично. Вся Москва черна, черна, черна. Дома молчат. Сухо и голодно глядят. О-хо-хо*» (Булгаков М. А., 1988, с. 412). Правда, в этом же абзаце повести содержится и указание на оппозиционный «низу» «верх»: появляется упоминание о церковных куполах, которые видны на фоне звездного неба: «*Воз нагрузился до куполов церквей, до звезд на бархате*» (Булгаков М. А., 1988, с. 412). Но управляют взором «демонические голоса серых балахонов», а проплывающая мимо церковь имеет «неясный, растерянный вид» и, возникнув на мгновение в луче света, тут же «ухает во тьму».

И в фельетонах, и в повести «Записки на манжетах» сакрализованный образ Москвы, подобно этой церкви, едва успев наметиться, тут же разрушается. Он оказывается слишком далеким от той фантасмагорической реальности, которая окружала М. Булгакова в начале 20-х годов. Столь же быстро распадается и образ Москвы — культурного центра России, который рождается в представлении булгаковских героев интеллигентов. Показательна картина, возникающая в воображении героя «Записок на манжетах», который устраивается на службу в московский Лито (Литературный отдел). В его мечтах Лито — уютная, теплая комната с огромным письменным столом и книжными шкафами, торжественная тишина, знаменитые русские писатели Горький, Брю-

сов, Белый, ведущие неторопливые беседы. Наличие в этом описании таких качественных характеристик, как уют, творческий покой и особая культурная атмосфера, позволяет обнаружить параллели с описанием дома Турбинах, основанного на тех же ценностях. На поверку же оказывается, что Лито размещается в захламленной и холодной комнате, председатель его вовсе не Горький, а неизвестный седой старик в солдатской шинели и обмотках, а творчество подменяется заполнением бесконечных анкет и хлопотами о жаловании. Да и та мирная, гостеприимная, цивилизованная Москва, о которой мечтают рассказчики фельетонов и повести М. Булгакова («родная столица», «Москва – мать», «Москва – родной город», «всем концам конец»), – всего лишь сказка. Она столь же неправдоподобна, как неправдоподобен и смешон воображаемый героем «Записок на манжетах» Маяковский – тихий московский мещанин, который служит, не курит, «любит сливочное масло, смешные стихи и порядок в комнате» (Булгаков М. А., 1988, с. 413). Не случайно в потоке сознания засыпающего новоявленного секретаря Литературного отдела рядом с Москвой и Горьким возникает героиня арабских сказок фантазерка Шехерезада: «Назн. Секр. Господи! Лито. В Москве. Максим Горький... На дне. Шехерезада... Мать» (Булгаков М. А., 1988, с. 417).

Герой М. Булгакова начала 20-х годов вынужден жить в мире, где привычные представления, на которые мог бы опереться человек, разрушены необратимо. Этот мир лишен упорядоченности, целостности, а существование человека в силу этого становится релятивным, безосновным, дискретным. Одна из частей цикла очерков «Сорок сороков» имеет название «Панорама первая: Голые времена». Эпитет «голый» здесь многозначен. Прежде всего, это указание на бедность, нищету, разруху послереволюционных лет. Но словосочетания «голые времена», «голый человек» в тексте М. Булгакова насыщаются не только и не столько бытовым, сколько экзистенциальным значением. Голые времена – времена, когда люди дезориентированы, когда потеряна почва под ногами в виде нравственных законов, общепринятых норм поведения и т. п. Голый человек – человек totally одинокий, растерянный, беспомощный перед опасностями пугающего своей неупорядоченностью и невозможностью быть понятым мира.

В связи с мотивом обнаженности в фельетонах появляется образ «маленького человека»: «Категорически заявляю, что я не герой. У меня нет этого в натуре. Я человек обыкновенный – рожденный ползать, – и, ползая по Москве, я чуть не умер с голода» (Булгаков М. А., 1988, с. 59). Существование его драматично и даже трагично, т. к. полностью обусловлено воздействием неких исторических сил – революции, социальной борьбы, самой эпохи. Мир «голых времен» настроен враждебно по отношению к обыкновенному человеку. Это мир, в первую очередь, негуманный. Это эпоха, когда размыается граница между такими нравственными категориями, как «добро» и «зло», «милосердие» и «жестокость», когда этичес-

кие законы не принимаются во внимание. Единственный закон, действующий в «голые времена» и определяющий поведение человека, – закон борьбы за существование. В этих условиях в поведении людей начинают доминировать атавистические элементы, стадное начало, примитивные инстинкты преобладают над воспитанием и культурой. В качестве примера приведем эпизод штурма трамвая «цивилизованными» москвичами из фельетона «Москва Краснокаменная»: «Но вдруг хвост распался. Лица становятся озабоченными. Локтями начинают толкать друг друга. Один хватается за левую ручку, другой одновременно за правую. Не входят, а «лезут». Штурмуют пустой вагон. Зачем? Что такое? Явление это уже изучено. Атавизм. Память о тех временах, когда не стояли, а висели» (Булгаков М. А., 1988, с. 41).

В. Ш. Кривонос, говоря о «московском пространстве» в романе «Мастер и Маргарита», отмечает как характерную черту эпохи «сдвиг сознания», который «проявляется в активизации атавистических инстинктов «москвичей в массе», норм «племенного» поведения (деление на «своих» и «чужих», которые воспринимаются как «враги» и «шпионы»)» (Кривонос В. Ш., 1994, с. 43). Добавим: кроме «сдвига сознания», истоки которого в элементарном стремлении выжить в трудные времена, причиной социального разобщения, воцарившегося в послереволюционной России, было постулированное новой властью деление людей на классы, одни из которых были более привилегированными, другие же лишились всяких прав.

Послереволюционный мир рождает новые типы людей. Один из них – нэпман, или буржуй. Буржуи внушают рассказчику страх, вызывают дрожь: «они сильные, зубастые, злобные, с каменными лицами». Другой тип представлен героем по имени Василий Иванович (фельетон «Москва 20-х годов»). Василий Иванович из тех людей, которые были провозглашены новой властью гегемонами революции и, одновременно, стали объектами социального, исторического эксперимента. Образ Василия Ивановича, пьяница и дебошира, соседа рассказчика, восходит к библейскому архетипу Хама. Этот человек нарушает все возможные этические нормы, «он немыслим в человеческом обществе». Страшно то, что именно он в новом мире диктует правила, получив от советской власти право распоряжаться жизнью других людей: «<...> и простить его я не могу, даже принимая его происхождение. Даже наоборот: именно принимая во внимание, простить не могу» (Булгаков М. А., 1988, с. 110). «Кровным родственником» Василия Ивановича и более, в художественном смысле, убедительным воплощением этого типа людей является Полиграф Полягрович Шариков из повести 1925 года «Собачье сердце».

Примечательно, что в этом четко разделенном на группы обществе герой-интеллигент М. Булгакова занимает явно маргинальную позицию, находится как бы вне социума, изгоняется из него: «Буржуи гнали меня при первом же взгляде на мой костюм в стан пролетариев. Пролетарии выселяли меня с квартиры

на том основании, что если я и не чистой воды буржуй, то во всяком случае его суррогат» (Булгаков М. А., 1988, с. 59).

Выжить в подобном мире можно, но при условии, что примешь его правила, сломаешь себя, переступишь через какие-то моральные принципы, сознательно откажешься от сугубо человеческого в себе. В этом отношении интересно сравнение: «Я оброс мандатами, как собака [выделено нами]. — Н.П.] шерстью...» (Булгаков М. А., 1988, с.60).

Автор фельетонов отмечает и еще одну страшную тенденцию, наметившуюся в начале 20-х годов в советской России, — уничтожение личности, нивелирование общества. В публицистике М. Булгакова «пестрая многоликая масса», обозначенная возникшим вместе с новым государством словом «граждане», преобладает над индивидуальностью. В толпе, двигающейся по Москве, невозможно разглядеть лица отдельных людей по причине того, что лиц нет. В фельетоне «Москва Краснокаменная» появляется мотив маскарада: «Граждане продвигаются, граждане получают. Во что попало одеты граждане. Блузы, рубахи, френчи, пиджаки. <...> Кепки, фуражки. Куртки кожаные. <...> Советские сокращенные барышни в белых туфлях.

*Катит пестрый маскарад в трамвае*» (Булгаков М. А., 1988, с. 41). Заметим, что в этом отрывке, как и во всем фельетоне, нет характеров; есть некоторые персонажи, созданные с помощью акцентирования отдельных деталей внешности. Как правило, это детали одежды, по которым легко можно определить социальную роль человека: блуза — рабочий, френч — чиновник, кожаная куртка — комиссар и т. д. Человек лишается индивидуальных черт, своеобразие его личности замещается общественными функциями. Вместо человека мы видим пустоту, облаченную в костюм, — мотив, который появится в последнем романе М. Булгакова.

В фельетоне «Москва Краснокаменная» и в других произведениях М. Булгакова середины 20-х годов обнаруживаются гоголевские реминисценции<sup>3</sup>. Особенно важную роль они играют в повестях «Дьяволиада» и «Записки на манжетах», являясь структурирующим элементом произведений. Так, в авторский текст тех глав повести «Записки на манжетах», которые повествуют о внезапном исчезновении Лито, включены цитаты из повести Н. В. Гоголя «Нос». С ними в произведении М. Булгакова тема взаимоотношений человека и общества получает новое звучание. Повесть Н. В. Гоголя о том, как в обществе, забывшем о духовных ценностях в пользу материальных, основанном исключительно на социальной иерархии, человек из субъекта превращается в объект и, в результате, может быть заменен вещью, предметом. Для атеистического государства, возникшего в России после 1918 года и стремившегося всячески расширить свои границы, утвердить свою власть над личностью, поставить классовое выше индивидуального<sup>4</sup>, все это было чрезвычайно актуально.

О тоталитарном характере советского государства писал в своей работе «Царство духа и царство

кесаря» Н. Бердяев: «*Ныне происходит возврат к античному, языческому сознанию, которое признавало безраздельную власть общества и государства. Отношения между человеком и обществом представляются парадоксальными*» (Бердяев Н. А., 1990, с. 253). Парадоксальность происходящего, по мнению философа, состоит в том, что человек, как «существо природное, социальное и духовное», «принадлежит не только общественному плану, но и плану духовному, и в этом источник его свободы» (Бердяев Н. А., 1990, с. 252—253). В обществе же, где человеческое существование имеет смысл не само по себе, а исключительно в связи с жизнью целого государства и только в том случае, если подтверждается юридически или подкрепляется заметным социальным положением, личность теряет свободу и подчиняется зачастую ей неведомым процессам. В таком государстве бытие человека основывается не на духовно-нравственных ценностях, а на чем-то временном и крайне зыбком, вследствие чего и само становится зыбким, иллюзорным. Яркий пример: неподтвержденное документально существование героя «Записок на манжетах» и его сотрудников обрекает этих людей на голодную смерть и, таким образом, оказывается причиной возможного небытия теперь уже не на бумаге, а в реальности.

Итак, бытие человека и сама действительность 20-х годов зачастую достаточно иллюзорны и случайны. «Все возможно», — утверждает рассказчик в фельетоне «Москва 20-х годов». И путается в номерах домов, названиях улиц и учреждений города, погруженного в хаос: «*Идите в Златоустенский переулок в 6-й этаж, комната № ... Позвольте, 242? А может, и 180?.. Забыл. Неважно... Одним словом: «Идите и получите объявление в Главхиме...» Или Центрохиме? Забыл. Ну, неважно...*» (Булгаков М. А., 1988, с. 106). Та же ситуация таинственного исчезновения учреждений, причиной которого является их фантастическая ненужность, растерянности героя, блуждания по призрачным, неизвестно для чего существующим помещениям, которая возникает в фельетонах, повторится позднее в «Записках на манжетах». Часть 2». С главным героем повести внезапно начинают происходить невероятные вещи: бесследно пропадают люди, организации. Привычный мир, который кажется человеку таким надежным и незыблым, в одно мгновение, казалось бы, беспричинно распадается на части, теряет свою целостность, становится качественно тождественным сновидению: «...Клянусь, это сон!! Что же это, колдовство, что ли??

Сегодня я опоздал на 2 часа на службу.

Ввернул ручку, открыл, вошел и увидел: комната была пуста. Но как пуста! Не только не было столов, печальной женщины, машинки... Не было даже электрических проводов. Ничего.

Значит, это был сон... Понятно... Понятно...

*Давно уже мне кажется, что кругом мираж. Зыбкий мираж. Там, где вчера... впрочем, черт, почему вчера?! Сто лет назад... в вечности... может быть, не было вовсе... может быть, сейчас нет?.. Канатчикова дача!..*» (Булгаков М. А., 1988, с. 422).

Москва 20-х годов — это мир химер. Лейтмотив фельетонов М. Булгакова — химеричность человека, города, государства. Достаточно вспомнить персонажа очерка «Гнилая интеллигенция» (цикл очерков «Столица в блокноте») — молодого врача, днем практикующего, а два раза в неделю вечерами превращающегося в грузчика. В очерке звучит упрек государству, которое не дает человеку возможности жить сродным ему трудом, и похвала интеллигенту, способному выживать в диких условиях. И все же восторженное восхваление молодого человека в finale произведения переплетено с сомнениями автора, наблюдающего невольное, но неизбежное раздвоение, разрушение личности.

Подобная двойственность, расщепленность — не исключение, а правило, действующее на всех уровнях советского государства. Значительную часть панорамы четвертой фельетона «Сорок сороков» составляет описание Большого театра, который является символом государства-химеры и принадлежит одновременно двум мирам — советскому, новому, и дореволюционному миру культуры: «*Иногда кажется, что Больших театров в Москве два. Один такой: в сумерки в нем загорается огненная надпись. В кронштейнах вырастают красные флаги. След от сорванного орла на фронтоне бледнеет. Зеленая квадрига чернеет, очертания ее расплываются в сумерках. Она становится мрачной.* <...> *В Большом идет съезд. Другой такой: в излюбленный час театральной музы, в семь с половиной, нет сияющей звезды, нет флагов, нет длинной цепи часовых у сквера. Большой стоит громадой, как стоял десятки лет*» (1988, с. 63).

Миф о Москве — столице сильного государства, единственном и вечном городе — постепенно приобретает черты петербургского мифа: химеричность, зыбкость, призрачность, фантасмагория. В русской классической литературе XIX столетия существовала традиционная оппозиция Петербурга и Москвы как, соответственно, призрачного, фантомного города и естественно возникшего, уютного, заземленного пространства. «*Москва, московское пространство (тело), противопоставляется Петербургу и его пространству, как нечто органичное, естественное, почти природное (отсюда обилие растительных метафор в описаниях Москвы), возникшее само собой, без чьей-либо воли, плана, вмешательства, — неорганичному, искусственному, сугубо «культурному», вызванному к жизни некоей насильственной волей в соответствии с предмышленной схемой, планом, правилом. Отсюда — особая конкретность и заземленная реальность Москвы в отличие от отвлеченности, фантомности «вымышенного» Петербурга.* <...> *в Москве живется удобно, уютно, свободно («по своей воле»), надежно (с опорой на семью, род, традицию), а в Петербурге — не по своей воле и беспорно*» (Топоров В. Н., 1995, с. 272–273). В середине 20-х годов XX века Москва — это, буквально, город, стоящий на пустоте.

Зыбкость окружающего мира рождает сомнения в его существовании. Они настолько велики, что появляется необходимость чем-то доказать истинность бытия человека и наличие объективной действитель-

ности. Так, в «Москве 20-х годов» рассказчик сначала излагает историю своих скитаний по голодному городу, а затем произносит слова, которые должны служить подтверждением не только правдивости этой истории, но и доказательством существования города: «*Москву 20-х годов я знаю досконально. Я общарил ее вдоль и поперек. И намерен ее описать. Но, описывая ее, я желаю, чтобы мне верили. Если я говорю, что это так, значит оно действительно так.*» (1988, с. 108).

Среди хаоса и зыбкости герой М. Булгакова стремится обрести твердую основу своего собственного бытия и бытия всего мира. Не случайно в цикле очерков «Столица в блокноте» лейтмотивом является порядок: «*В порядке дайте нам опоры точку, и мы свинем шаг земной*» (Булгаков М. А., 1988, с. 58). Только порядок, как антитеза хаоса, может способствовать восстановлению гармоничного, целостного бытия.

В фельетоне «Москва 20-х годов» названы две основные категории, которые могут стать фундаментом порядка, утвердить и подтвердить существование мира и человека. Прежде всего, это имя Христа, точнее, память о Христе как залог включенности жизни отдельного человека в контекст вневременной, общечеловеческий. Один из очерков М. Булгакова («Москва 20-х годов») начинается фразой: «*В лето от рождества Христова...*» Такой зачин не является штампом, который был принят в дореволюционной православной России, скорее это указание на тему утраты твердых основ бытия, одной из которых на протяжении тысячелетий была религиозная вера. М. Булгаков, при всей сложности его отношения к христианской религии и церкви, тем не менее, воспринимал поругание Христа, ставшее частью идеологии Советской России, неодобрительно. Для подтверждения наших слов приведем гневную запись из дневника писателя от 5 января 1925 года: «*Когда я бегло проглядел у себя дома вечером номера «Безбожника», был потрясен. Соль не в кощунстве, хотя оно, конечно, безмерно, если говорить о внешней стороне. Соль в идее, ее можно доказать документально: И.Х. изображают в виде негодяя и мошенника, именно его. Нетрудно понять, чья это работа. Этому преступлению нет цены*» (М. Булгаков, 2001, с. 55). Запись, несомненно, свидетельствует об особом отношении М. Булгакова к Христу, не совпадающему с тем, что пропагандировалось в новом государстве. В этом контексте традиционный зачин перестает быть штампом и указывает на целый ряд онтологических проблем: существование человека в ситуации тотального беззрения, поиски новых оснований и законов бытия взамен патриархальных, христианских и др.

В фельетоне «Москва 20-х годов» автор пытается включить жизнь послереволюционной Москвы, советского государства в контекст общечеловеческий, вечный, бытийный. Он напоминает о Том, чей образ до Октября 1917 года единственный мог удержать мир от распада, от болезненной хаотичности. Однако новое государство и новые люди отвергают Христа категорически и окончательно: «*В лето от Рождества Христова... (В соседней комнате слышен комсомольский голос: «Не было его!!») Ну, было или не*

было, одним словом, в 1921 году, въехав в Москву <...>» (Булгаков М. А., 1988, с. 114). Новые люди отказываются от Бога и прерывают связь времен, стремясь начать новый отсчет. В последнем романе М. Булгакова во время разговора с Воландом Берлиоз заявляет от лица советских граждан: «Мы не верим в Бога». И еще несколько раз повторится это отречение от высшей истины:

«- Вы – атеисты?!

— Да, мы – атеисты. <...>

*Важное сведение, по-видимому, действительно произвело на путешественника сильное впечатление, потому что он испуганно обвел глазами дома, как бы опасаясь в каждом окне увидеть по атеисту»* (Булгаков М. А., 1996, т. 2, с. 328).

М. Булгаков-фельетонист, убедившись в стремлении москвичей отвергнуть веру в существование истины в качестве основы человеческого бытия, предлагает другую, неравнозначную, категорию, которая, тем не менее, могла бы стать основой нового жизнеустройства. В цикле очерков «Москва 20-х годов» основой здорового мира провозглашается квартира, дом — «камень жизни человеческой». Но и эта категория новым государством отвергается — в Москве жилищный кризис: «Теперь в дополнение к этому: сообщаю всем, проживающим в Берлине, Париже, Лондоне и прочих местах, — квартир в Москве нету.

Как же там живут?

А вот так-с и живут.

Без квартир.

Но этого мало — последние три года в Москве убедили меня, и совершенно определенно, в том, что москвичи утратили самое понятие слова «квартира» и словом этим наивно называют что попало» (Булгаков М. А., 1988, с. 108).

Квартиры в новом государстве, если они есть, лишены всех необходимых характеристик дома. Они случайны, непонятны и зыбки, как и вся Москва: «На лестнице без перил были разлиты щи, и поперек лестницы висел оборванный, толстый, как уж, кабель. В верхнем этаже <...> я попал в тупое и темное пространство и в нем начал кричать. На крик ответила полоса света, и, войдя куда-то, я нашел своего приятеля. Куда я вошел? Черт меня знает!» (Булгаков М. А., 1988, с. 108). В подобных жилищах, лишенных смысла, не организующих пространство, а, наоборот, превращающих его в не-пространство, человек теряет себя, свое «я» («Я перестал понимать, что я говорю, а что не я»), погружаясь в состояние болезненного бреда («мой слух улавливал посторонние вещи»).

В «Записках на манжетах» герой М. Булгакова сделает попытку собрать раздробленный мир в некое единство, превратить Хаос в Космос с помощью собственных творческих усилий. В главе «Я включаю Лито» рассказчик буквально создает реальный, вещный мир из пустоты и даже погружает его в некое историческое пространство, устанавливает связь между прошлым и настоящим и, таким образом, закрепляет это настоящее, подтверждая бытие сотворенного мира: «Историку же: в Лито не

было ни стульев, ни столов, ни чернил, ни лампочек, ни книг, ни писателей, ни читателей. Коротко: ничего не было.

И я. Да, я из пустоты достал конторку красного дерева, старинную. В ней я нашел старый, желтевший золотообрезанный картон со словами: «...дамы в полуоткрытых бальномых платьях. Военные в сюртуках с эполетами; гражданские в мундирных фраках и лентах. Студенты в мундирах. Москва 1899 г.».

*И запах, нежный и сладкий. Когда-то в ящике лежал флакон дорогих французских духов. За конторкой появился стул. Чернила, и бумага, и, наконец, барышня, медлительная и печальная»* (Булгаков М. А., 1988, с. 417). Заметим, что настоящее в данном случае связывается с дореволюционным прошлым, старым миром, стоящим на грани распада, но еще не подверженным ему.

Герой «Записок на манжетах» творит собственной волей пространство, одухотворенное памятью о прошлом и включенное в общечеловеческий контекст, целью существования этого мира является создание культурных ценностей. Однако созданный человеком микромир довольно быстро уничтожается государством: в finale повести Лито окончательно исчезает, ликвидируется согласно чьему-то приказу «сверху». «Малый Космос» рассказчика не может быть включен в большой Космос советской России, строящейся на совершенно ином фундаменте — демонстративном отказе от прошлого, отграничении от всего остального мира, подавлении индивидуальности и личного творчества. В этом контексте взаимоотношения человека и нового мира, выразительницей которого служит Москва, могут быть определены как враждебные.

Итак, образ Москвы, созданный М. Булгаковым в первой половине 20-х годов, возникает на пересечении нескольких мифологем:

1) мифологема Москвы, складывавшаяся в русской культуре на протяжении многих столетий вплоть до XIX века (историко-культурный уровень осмыслиения образа);

2) зарождающийся советский миф о столице нового государства и, шире, нового мира (социально-философский уровень);

3) миф о Москве как центре интеллектуальной, культурной жизни послереволюционной России (индивидуально-авторский уровень).

Формирующееся в результате взаимодействия данных мифологем московское пространство получает дополнительную глубину благодаря постоянным проекциям на него элементов «петербургского мифа» и киевского пространства. При этом основной проблемой «московского мифа» в интерпретации М. Булгакова является несовпадение, с одной стороны, образов воображаемой повествователем Москвы — культурного центра и города времен военного коммунизма и НЭПа, а с другой — советского мифа о столице социалистического государства и, опять же, реально существующего города.

## **Примечания**

1. Подробнее об этой акции см.: Корниенко Н. «Пролетарская Москва ждет своего художника» (К творческой истории романа) // «Страна философов» А. Платонова: Проблемы творчества. Вып. 4. Юбилейный. – М., ИМЛИ РАН, «Наследие». – 2000. С. 357-371; Корниенко Н. Москва во времени (Имя Петербурга и Москвы в русской и мировой литературе 10-30-х годов XX века) // Москва в русской и мировой литературе: Сб. ст. – М.: Наследие, 2000. С. 210-248.

2. В русской литературе первой половины XX века мифологема Москвы – священного города в полной мере будет реализована в произведениях И.С. Шмелева, созданных уже в период эмиграции, таких, как «Лето Господне» и «Богомолье».

3. Об интертекстуальных связях произведений Н.В. Гоголя и М.А. Булгакова см.: Пермякова Н.А. Булгаковская дьяволиада в интертекстуальном изучении: Дисс. ... к.ф.н. – М., 1997; Павлова О.А. Н.В. Гоголь и М.А. Булгаков: проблема жанрового мышления: Дисс. ...к.ф.н. – Волгоград, 1998; Смирнова А.И., Павлова О.А. «Городской миф» у Н.В. Гоголя и М.А. Булгакова // Вестник ВолГУ. Серия 2: Филология. Вып. 3, 1998.

4. Идея безраздельной власти общества над личностью возникает во многих произведениях советской литературы конца 20 – 30-х годов. Наиболее выразительно она звучит в словах Комиссара, персонажа «Оптимистической трагедии» Вс. Вишневского: *«И заруби себе: в партийном порядке сделаю я, и ты сделаешь все, вплоть до уничтожения негодной части полка, чтобы сохранить здоровую»* (Вишневский В. Оптимистическая трагедия. – М.: Искусство, 1966. С. 33).

## **Литература**

1. Булгаков М. А. Повести, рассказы, фельетоны. – М.: Советский писатель, 1988.

2. Булгаков М. А. Избранные произведения: В 3-х т.– М., 1996. – Т. 1.

3. Корниенко Н. В. «Пролетарская Москва ждет своего художника» (К творческой истории романа) // «Страна философов» Андрея Платонова: Проблемы творчества. Вып. 4.– М.: ИМЛИ РАН, «Наследие», 2000. – С. 357- 371.

4. Корниенко Н. В. Москва во времени (Имя Петербурга и Москвы в русской литературе 10-30-х годов XX века) // Москва в русской и мировой литературе: Сб. ст. – М.:Наследие, 2000. – С. 210-248.

5. Кривонос В. Ш. М. А. Булгаков и Н. В. Гоголь. Мотив «заколдованного места» в «Мастере и Маргарите» //Известия РАН. Серия литературы и языка. – 1994. - № 1. Т. 53. – С. 42-49.

6. Кульяс С., Туровская С. Гастрономические артефакты в творчестве М. Булгакова // Булгаковский сборник: Материалы по истории русской литературы XX века. – Таллинн, 1994. – С. 70-80.

7. Лотман Ю. М. Символика Петербурга // Лотман Ю. М. Семиосфера. – СПб.: «Искусство – СПб», 2001. – С. 320-334.

8. Лотман Ю. М. Проблема художественного пространства в прозе Гоголя // Лотман Ю. М. Избранные статьи: В 3-х т. – Таллинн: Александра, 1992. – Т. 1. – С. 413-447.

9. Николаева А. В. О «Москве Краснокаменной» М. А. Булгакова // Русская речь. 2000. - № 3. – С. 29-32.

10. Одесский М. П. Москва – град св. Петра: Столичный миф в русской литературе XIV-XVII веков // Москва и московский текст русской культуры: Сб. статей. – М.: Российский гуманитарный университет, 1998. – С. 9 -26.

11. Петровский М. Мифологическое городоведение Михаила Булгакова // Театр. – 1991. - № 5. – С. 14-32.

12. Смирнова А. И., Павлова О. А. «Городской миф» у Н. В. Гоголя и М. А. Булгакова // Вестн. ВолГУ. Серия 2: Филология. – 1998. – Вып. 3. – С. 101-107.

13. Топоров В. Н. Петербург и «Петербургский текст русской литературы» (Введение в тему) // Топоров В. Н. - Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифопоэтического: Избранное. – М.: «Прогресс»-«Культура», 1995. – С. 259-368.

14. Топоров В. Н. Пространство и текст // Текст: семантика и структура. – М.: Наука, 1983. – С. 227-285.

15. Федотов Г. П. Три столицы //Федотов Г. П. Полное собр. ст.: В 6 т. Лицо России (1918 – 1930). – Paris: Ymca – press, 1988. – Т. 1. – С. 49-71.

16. Фиалкова Л. Москва в произведениях М. Булгакова и А. Белого // М. А. Булгаков-драматург и художественная культура его времени: Сб. ст. – М.: Союз театр. Деятелей РСФСР, 1988. – С. 358-369.

г. Москва.



## *Сообщения*

**В. А. Помогалов**

# Воронеж становится региональным центром РАСО

В сентябре 2003 г. в Санкт-Петербурге проходила 3-я международная конференция «The Baltic PR Weekend». В настоящий момент это крупнейшее мероприятие международного масштаба, проходящее в России. Конференция проводилась под знаком Дня профессии, отмечавшегося в том году. РАСО в лице ее президента М. А. Шишкиной поздравил письмом председатель Совета Федерации РФ Сергей Миронов: «Государственная власть современной России ощущает реальную необходимость в развитии отрасли связей с общественностью, всегда готова этому способствовать. Поэтому с этого года профессия специалист по связям с общественностью внесена в реестр Министерства труда и социального развития Российской Федерации».

Вот там-то идея создания у нас регионального подразделения РАСО, давно витавшая в воздухе, приобрела более отчетливые черты. Ее поддержало и руководство РАСО, и представители научно-образовательной сферы (ВГУ, ВГТУ). После этого было уже легко дополнить инициативную группу представителями местного профессионального PR-сообщества, бизнеса, политики и др. Причем было принято решение создать структуру, распространяющую свои функции не только на территории Воронежского региона, но и на территории других областей Центрального федерального округа.

19 января 2004 года состоялось очередное заседание Исполнительного Совета РАСО. Первым вопросом на заседании было обсуждение заявки на создание отделения РАСО в Центральном федеральном округе. Председатель региональной комиссии РАСО, президент Уральского отделения РАСО, Алексей Глазырин подробно рассказал членам Исполнительного Совета о ситуации с развитием СО в ЦФО и сообщил, что заявка на создание отделения подана от инициативной группы, находящейся в г. Воронеже. Члены Исполнительного Совета интересовались в первую очередь тем, как представители инициативной группы планируют вести работу с остальными областями, входящими в Центральный федеральный округ. Автору было поручено огласить информацию о том, что уже проведены переговоры с представителями инициативных групп по созданию представительств РАСО в Ярославской, Тамбовской и Калужской областях, от которых получено полное одобрение

воронежской инициативы. Руководитель действующего представительства РАСО в г. Иванове **Сергей Куприянов** также поддержал идею создания отделения, но высказал мнение, что для окончательного решения необходимо подробнее изучить программу деятельности нового отделения. После детального обсуждения. Исполнительный Совет единогласно принял решение о создании отделения РАСО в Центральном федеральном округе с центром в г. Воронеже, а также утвердил Владимира Помогалова в должности председателя отделения. Вице-президент РАСО **Алексей Ситников** выразил надежду на то, что руководители отделения осознают свою высокую ответственность, поскольку остальные регионы будут пристально следить за инициативами нового отделения и, возможно, критически оценивать его деятельность. По его мнению, необходимо активнее привлекать PR-специалистов из различных регионов округа к участию в создаваемой Ассоциации, вплоть до включения представителей этих регионов в руководящие органы.

Итак, событие произошло, но для реализации поставленных целей необходима консолидация усилий всего PR-сообщества на территории регионов, входящих в состав Центрального федерального округа. Первым шагом на пути развития отделения РАСО в ЦФО стало проведение первой межрегиональной конференции «Стратегическое управление коммуникаций – новый этап развития общественных связей», которая прошла в Воронеже 30 и 31 марта 2004 г. Мероприятие проводилось с целью объединения регионов, входящих в состав ЦФО, в работе на данном направлении. В конференции приняли участие представители власти, бизнеса, политики, СМИ, научно-образовательной сферы. Особо важно участие представителей шести регионов ЦФО – Липецка, Курска, Брянска, Костромы, Владимира, Тамбова. Остальные регионы выразили безусловную поддержку данного мероприятия, но не смогли прислать по различным причинам свои делегации.

Основные итоги первой межрегиональной конференции следующие.

Во-первых, в настоящий момент в России и на территории отдельно взятых регионов сложились все необходимые предпосылки для развития отрасли СО. Более 130 вузов страны готовят специалистов данной профессии. Государство и об-

щество нуждается в профессионалах в области СО, без которых объективно невозможно развитие любого из институтов общественных отношений—будь то власть, бизнес или социальная сфера.

Очевидно, что процесс развития профессии специалист по связям с общественностью необратим; основной задачей на этапе ее становления для участников и инициативных групп по развитию этой отрасли является максимально качественное обеспечение условий для формирования цивилизованного рынка связей с общественностью на уровне международных стандартов.

Во-вторых, представители регионов ЦФО, принимавшие участие в конференции, выразили однозначное мнение по готовности к консолидации усилий, направленных на формирование единого информационного пространства, и применению уже имеющихся уникальных разработок каж-

дого отдельного региона для достижения результатов в данном направлении. Также была выражена готовность объединения на платформе воронежского региона как площадки, имеющей наиболее развитый научно-образовательный потенциал.

У организаторов и участников в процессе общения и совместных дискуссий открылось новое видение направлений развития рынка связей с общественностью на территории ЦФО. Были выработаны практические шаги по укреплению и развитию конкретной программы, по объединению ресурсов и формированию единого информационного пространства до конца 2004 г. Какие это шаги и как они будут реализованы, мы обязательно расскажем на страницах профессиональных изданий и порталов в сети Интернет.

г. Воронеж.



# Юбилей ученого, преподавателя, литератора и журналиста

*Доктор филологических наук, профессор Лев Ефремович Кройчик родился 26 мая 1934 года в городе Ярославле*

В 1952 году он закончил среднюю школу № 33 им. К. Маркса, в 1952—54 гг. учился в Московском геолого-разведочном институте, в 1954—59 гг. — в Воронежском государственном университете на историко-филологическом факультете.

После окончания учебы три года работал в газете «Пламя» Шебекинского района Белгородской области. В 1962 года стал сотрудником ВГУ: сначала в качестве ответственного секретаря газеты «Воронежский университет», затем (с сентября 1963 года) — преподавателя кафедры советской литературы филологического факультета. Читал лекции и проводил семинарские, практические занятия в группах будущих журналистов.

В 1968 году защитил кандидатскую, в 1993 году — докторскую диссертации. В 1989 году Л. Е. Кройчика избрали заведующим кафедры истории журналистики, с 1990 г. по 1994 г. возглавлял факультет в качестве декана. В 1994 году получил звание профессора.

С 1993 г. по 2001 г. Л. Е. Кройчик работал в качестве редактора отдела культуры газеты «Воронежский курьер», являлся членом редколлегии газеты.

С 1988 года Л. Е. Кройчик является членом президиума УМО по журналистике университетов России, с 1994 года — член специализированных советов по защите докторских диссертаций Воронежского и Кубанского госуниверситетов (до 2000 года). В настоящее время он — заместитель председателя специализированного совета по защите докторских диссертаций факультета журналистики ВГУ.

Профессор Л. Е. Кройчик — автор свыше 120 работ, в том числе 15 отдельных книг и монографий (часть из них была написана в соавторстве). Область его научных интересов — история, теория и практика отечественной сатирической и комической литературы и публицистики; теория и практика современной публицистики.

Как член УМО по журналистике и член президиума ассоциации журналистов-исследователей принимал и принимает активное участие в развитии системы журналистского образования России — в частности, при участии Л. Е. Кройчика создавались отделения журналистики Кубанского и Волгоградского государственных университетов, он консультировал отделения журналистики в Саранске, Владикавказе, Благовещенске, Тамбове.

На протяжении 15 лет Л. Е. Кройчик руководил театром миниатюр ВГУ (ТМ становился лауреатом городских и областных конкурсов, был участником фестивалей студенческих театров в Москве, Одессе, Ереване, Екатеринбурге, ВДНХ в 1979 году, где три человека получили бронзовые медали; театр также выступал в Вильнюсе, Самаре, Протвино, Мурманске, Кировске, городах и селах Воронежской области). В течение многих лет Л. Е. Кройчик был одним из организаторов и ведущих университетских Дней поэзии. Как член секции театральных критиков при Воронежском отделении СТД России Л. Е. Кройчик являлся одним из организаторов и участников вечеров и других мероприятий, проводимых в Доме актера, был организатором конкурса «Событие сезона», ставшего ежегодным.

Л. Е. Кройчик награждался медалью «За освоение целинных земель» (1965), выигрывал грант фонда «Открытое общество» (1997), имеет дипломы «Лучший театральный критик» (1996—2000). В 1996 году он получил премию им. Веселовского, учрежденную газетой «Воронежский курьер» как лучший журналист своей газеты; в 1997 году получил премию газеты «Культура» (Москва) на всероссийском конкурсе журналистов, пишущих на темы культуры.

Л. Е. Кройчик женат. Жена — Кройчик Рита Николаевна, доцент, кандидат физико-математических наук (в настоящее время на пенсии); дети — Наталия Львовна Серобян и Сергей Львович Кройчик; внуки — Илья и Дмитрий.



## Короче говоря, это – Кройчик

Рассказывают такой анекдотический случай. Иностранный студент, еще не очень хорошо говоривший по-русски, зайдя на одну из кафедр, удивленно спросил: «Неужели ваш Кройчик такой знаменитый – как Ленин? Везде – на улицах, в магазинах, в театрах – только и слышишь: "Кройчик говорил... Кройчик говорил... Кройчик говорил!.."». Как выяснилось потом, парню слышалось «Кройчик», когда люди произносили обычное «короче говоря». Будучи начинающим аспирантом, я тоже постоянно слышал эту фамилию, хотя лично не был знаком с легендой ВГУ. Потом мне показали энергичного, стремительного, высокого человека, к которому и подойти-то было страшно. Но какое-то время спустя я даже имел счастье побывать у него дома на Юго-Западной, где Кройчик, облаченный в домашнее, вел себя вполне прилично и даже в достаточно вежливой форме дал несколько дельных советов по поводу моей будущей кандидатской диссертации...

Мы встречались с ним в Москве, в Протвино, снова в Воронеже – Кройчик оставался таким же знаменитым, но вполне доступным (мог запросто поздороваться, поговорить о погоде и видах на урожай). Близко же я узнал Льва Ефремовича, когда прошел конкурс на заведывание кафедрой теории и практики журналистики. Он тогда был деканом, и Вадим Георгиевич Кулиничев, заходя в деканат, непременно громко спрашивал у секретарей: «Тиран на месте?». На что из кабинета доносилось радостное: «Я здесь! Заходите!».

Наблюдая и изучая жизнь Кройчика, я заметил, что этот – по сути очень ленивый человек – любит трудиться. Хитрость (да, да, Кройчик еще тот хитрец) состоит в том, что он любит заниматься тем, чем любит заниматься. Помимо поедания в огромном количестве шоколадных конфет (если я слышу шаги Кройчика, идущего по коридору, а в это время на деканатском столе лежит открытая коробка, я тут же даю команду: «Прячьте конфеты – Кройчик идет!»), он любит:

– читать книги и писать на них рецензии (см. рубрику «Сигнальный экземпляр» в «Воронежском курье», которую он ведет уже многие годы, скрываясь под псевдонимами «Митькин» и «Илюшин»);

– смотреть спектакли и также писать на них рецензии (за что, корыстный, то и дело получает премии как лучший театральный критик);

– смотреть футбол и звонить мне по телефону (если «Спартак» проигрывает, он предлагает меня уволить с работы, если выигрывает – ничего не предлагает);

– говорить, говорить, говорить (на лекциях, заседаниях кафедр, советов факультета, диссертационных советов, на конференциях, методических семинарах, в коридорах и кабинете декана факультета журналистики ВГУ и других факультетов России, где также был замечен в студенческих аудиториях);

– писать умно, т. е. научно, и не очень умно, т. е. смешно (см. сотни его научных публикаций и несметное количество газетных интервью под рубрикой «Тет-а-тет», фельетонов под рубрикой «Стопроцентные истории»);

– создавать театры, писать сценарии, ставить спектакли, писать для них песни, а иногда (о, ужас!) даже петь или чего-то представлять на сцене (см. почти сорокалетнюю историю Театра миниатюр ВГУ);

– руководить кафедрой, наводить чистоту в местах общественного пользования, звать за собой, обижаться на вышестоящих начальников и периодически грозить им уйти с работы, целоваться с представительницами слабого пола, заразительно смеяться над остроумными анекдотами, дружить с хорошими людьми, воспитывать внуков, уставать и отдыхать, работая на даче...

Короче говоря, много чего любит Кройчик.  
А мы любим его!

**В. В. ТУЛУПОВ,**  
*декан факультета  
журналистики ВГУ.*



## Творчество наших коллег

### Галина Лазутина

Тяжело потерять.  
Тяжело расставаться.  
Тяжело не достичь.  
Тяжело не успеть.

Но еще тяжелее –  
Не сомневаться,  
Наперед это чувствовать,  
Наперед это знать:

Предстоит потерять,  
Предстоит расставаться,  
Предстоит не достичь,  
Предстоит не успеть.

Да, еще тяжелее  
Не сомневаться,  
Когда время настало  
Прозреть.

\*\*\*

В кромешной тьме – в опасной тьме! –  
Всего три спички нужно мне:  
Одну – взглянуть, где я стою;  
Другую – руку взять твою;  
А третью – убедиться,  
Что нам не разлучиться.

Аэропорт. Шеренги чемоданов.  
Вдруг алой раной вспыхнуло табло:  
«Идет посадка...» Вот и все, желанный.  
Считай, что нам опять не повезло.

Нелетной обещала быть погода:  
Туман и слякоть, дождь и гололед –  
Стоит как раз такое время года.  
Но если не везет, так не везет!

Над черным полем факелом багряным  
Прополыхал, взлетая, самолет,  
И застилило мне глаза туманом,  
И закружился тихо небосвод.

Моторов рев... Шеренги чемоданов...  
Мельканье чьих-то лиц и чьих-то рук...  
Каким до удивительного странным,  
Каким ненужным стало все вокруг!

\*\*\*

Люди расстаются –  
Словно чашки бьются,  
Колются на части...  
Может, это к счастью?

Люди расстаются –  
Горько слезы льются.  
Может быть, в прощенье –  
К счастью возвращенье?

### Сергей Страшнов

В кругу сует и мелких укоризн  
все время ждешь, когда же  
начнется жизнь,  
испытывая к будущему зависть:  
вот только дети малость  
подрастут,  
поступят – нет, окончат институт,  
достроюсь только,  
только отстреляюсь.

Гляжу в окно, как на большой  
экран, –  
комедий сколько там  
и сколько драм,  
неповторимых и неизъяснимых,  
сюрпризы там, ошибки, пустяки,  
загадочны там люди и близки –

там жизнь идет...  
Точней – проходит мимо.  
Так, значит, стоит голову терять,  
затратив душевных сил не размерять,  
дышишь всей грудью  
и блуждать в тумане,  
не дальним планам, даже не себе,  
но безоглядно доверять судьбе,  
которая наверняка обманет.

\*\*\*

Кипят дебаты до скончанья века –  
глобальные,  
в масштабах всех широт, –  
а я для мамы захожу в аптеку,  
детей мирю или варю компот.

Зовут меня в неведомые дали,  
Пеняют, что сидеть на месте – грех.  
Но близорук я и не обладаю  
той правотою, что верна для всех.

В истории или, напротив, в рынке  
одни враги у многих на счету,  
но чем искать в чужом глазу  
сorинки,  
свою избу я лучше подмету.

От деклараций  
в честь любых абстракций  
в округе не становится светлей.  
Мне б со своей семью  
разобраться,  
а там хоть в Думу.  
Или в Мавзолей.

\*\*\*

Как же так – живём с тревогой,  
приыханием, мечтой,  
а потом, спустя немного,  
ясно всё за той чертой?  
До банальности понятно  
позапрошое своё:  
неотчетливые пятна  
превращаются в литьё.  
Всё сместилось – пролетело,  
прошагало, проползло,  
и кому какое дело,  
как нам было тяжело,  
как от счастья молодели,  
как несло и вкривь, и вкось,  
но на взлете ли, в паденье  
нам жилось, жилось,  
жилось.

## **Владимир Тулупов**

Кучугуры, Кучугуры,  
Кучевые облака...  
Не скучая, баба Шура  
Нацедила молока,  
И внимательно смотрела,  
Грустно голову склоня,  
И как будто бы жалела  
Эта бабушка меня:  
«В этом городе огромном  
Парень сзымаства живет,  
Но одет уж больно скромно –  
Видно, взяточник не берет...».  
И вздохала, провожая,  
Говорила, что сама  
Город тот не уважает,  
Хоть и в нем живет кума:  
«Фулюганов, бедокуров  
Расплодилось, просто страсть!..» –  
Очень рада баба Шура,  
Что в деревне родилась.

\*\*\*

Соберу нехитрую поклажу,  
Сделаю последние звонки,  
Споры на бегу еще уложу,  
И адую! «В дорогу, мужики!»  
Окружная выведет на трассу,  
Буду с облегчением молчать,  
Про себя подумаю: «Прекрасно –  
За стеклом такая благодать!».  
Впереди осины как ресницы  
У притихших мартовских полей,  
И дорога убегает, мчится,

И столбы мелькают все быстрей...  
Но куда торопишься, парнишка,  
От чего и от кого бежишь?  
Обожжет предательски мыслишка:  
«От себя!» Да разве убежишь!?  
Все равно: пусть – мнимая свобода,  
Пусть всего неделька впереди.  
Отдохнуть! От шума, от народа...  
Убегай, дороженька, беги!  
Полечи, подруженька, туманом,  
Высотою неба полечи,  
Я послушным пациентом стану  
(Друг-водитель, милый, помолчи)...  
Отлегло... Ну что ж, врубай приемник,  
Новости ужасные включай:  
Вот еще один шахид-покойник,  
Вот пришел политик-негодяй,  
Вот опять реформа для народа  
Да других несчастий череда...  
И со мной заплакала природа:  
Не удрать, не скрыться никуда...

\*\*\*

Как же так: не знать, не видеть снега?  
Это же очарованье, нега!  
Тихо падающий снег, он – как дыханье,  
Шепот-снег и снег – твое молчанье...

Голубым бывает он и розовым –  
В поле, в ельнике, в лесу березовом...  
Снег – как укрепляющее средство,  
Лекарь-снег, вернувшийся из детства...

## Информация

**Всероссийская межвузовская  
научно-практическая конференция**

# **«Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий»**

1. Организатор – факультет журналистики ВГУ, тел. (0732) 13-17-56; 74-52-71 (факс); E-mail: root@jour.vsu.ru; dean@jour.vsu.ru

2. Место проведения – факультет журналистики ВГУ, 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40-а.

3. Время проведения – **25-26 мая 2004 года** (*тезисы для сборника материалов конференции принимаются до 25 апреля 2004 г.*).

4. Председатель оргкомитета – **проф. Тулупов В.В.**, (0732) 74-52-71, E-mail: dean@jour.vsu.ru

**25 мая 2004 г.** – пленарное заседание, работа секций, заседание диссертационного совета.

**26 мая 2004 г.** – работа круглых столов «Власть и пресса» и «Религиозная журналистика»; вечер, посвященный 70-летию профессора Л.Е. Кройчика.

### **ОРГКОМИТЕТ:**

**В.В. Тулупов**, декан, председатель оргкомитета, руководитель секции рекламы и СО;

**В.И. Сапунов**, заместитель декана по научной работе заместитель председателя.

**Ю.А. Гордеев**, зав. кафедрой теории и практики журналистики, руководитель секции теории и практики журналистики, ведущий круглого стола «Власть и пресса»;

**Л.Е. Кройчик**, зав. кафедрой истории журналистики, руководитель секции истории отечественной журналистики;

**В.В. Хорольский**, профессор кафедры истории журналистики, руководитель секции зарубежной журналистики;

**А.М. Шишлянникова**, зав. кафедрой стилистики и литературного редактирования, руководитель секции языка и стиля массовой коммуникации;

**Т.В. Лебедева**, зав. кафедрой телевизионной и радиожурналистики, руководитель секции электронных СМИ;

**Р.В. Жолудь**, к.ф.н., преподаватель кафедры теории и практики журналистики, ведущий круглого стола «Религиозная журналистика»

