

ББК 76
А 38

Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати



НОВОЕ
В МАССОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ

АЛЬМАНАХ

Выпуск 3-4 (98-99)

Редакционная
коллегия:

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

ISBN 5-900955-02-8

ВОРОНЕЖ — 2011

Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА

В. Тулунов
И это всё о ней. О журналистике... 3

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

В. Голуб
Информационная безопасность
как учебная дисциплина студентов-журналистов... 7

С. Мельник
Проблемы современной медийной коммуникации 9

В. Хорольский
Научно-популярная публицистика
в информационном обществе: неизбежность бума 13

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

О. Фурдей
Уроки публицистического мастерства
и обретения истины в социально-философской публицистике Ф. Степуна..... 25

ЗАРУБЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

А. Золотых
Политический лидер в зеркале массмедиа Италии 27

Е. Осенков
Основная тематика сербских периодических изданий в 2010 году 32

Т. Осенкова
Противостояние неolibеральной
и левосоциалистической прессы Латинской Америки 36

В. Сапунов
Манипулятивные технологии зарубежных телеканалов
в освещении конфликта в Ливии..... 40

РЕКЛАМА И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ

А. Богоявленский
Маркетинг и паблик рилейшнз. Статья 4. Развитие маркетинга в России..... 49

Т. Сафонова
Литературный миф как форма восприятия образа России 55

СООБЩЕНИЯ 58

ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ 85

ИЗ АРХИВА

А. Аверченко
Спасли газету 87

Content

EDITORIAL

V. Tulupov

It's all about it. About journalism.....3

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

V. Golub

Information security as education subject for students in journalism.....7

S. Melnik

Problems of modern media communication9

V. Khorolsky

Science fiction publicist writing in information society: inevitability of boom 13

HISTORY OF JOURNALISM

O. Furdey

Lessons of publicist skill and comprehension of truth
in social and philosophic publicist writing of F.N. Stepun25

FOREIGN JOURNALISM

A. Zolotykh

Political leader in Italia's mass media mirror.....27

E. Osenkov

Main issues in Serbian periodic press in year 2010.....32

T. Osenkova

Struggle of neoliberal and left socialist press in Latin America36

V. Sapunov

Manipulation technologies of foreign TV channels in covering the Libyan conflict40

ADVERTISING AND PR

A. Bogoyavlensky

Marketing and Public Relations. Issue 4. Development of marketing in Russia.....49

T. Safonova

Literary myth as form of understanding Russia's image55

MESSAGES58

WORKS OF OUR COLLEAGUES85

FROM ARCHIVE

A. Averchenko

Newspaper saved.....87

Корректоры — Т. Коновалова,
А. Князева
© Факультет журналистики
Воронежского государственного
университета. Подписано в печать
16.06.11. Тираж 150 экз.

И это всё о ней. О журналистике...

Приметы нынешнего дня

Иногда чьи-то размышления о других, но близких явлениях рождают собственные мысли по поводу дела, которому служишь. Так статья Андрея Стоярова¹ о ситуации в современной российской литературе, в которой автор выделил факторы, формирующие современный российский культурный ландшафт, вызвала определенные ассоциации, объяснив многое и из того, что происходит в сегодняшней российской журналистике.

Первый фактор автор связал с уходом текстовой эпохи, текстовой культуры, которая поначалу была принадлежностью весьма узких специализированных элит – религиозных, научных, управленческих, творческих и лишь затем приобрела массовый характер. И вот почему: «Во-первых, европейская модернизация, начавшаяся в XIX веке, потребовала хотя бы начального образования от множества людей, вовлечённых в этот процесс: мгновенно (конечно, в историческом смысле) появились широкие слои населения, умеющие читать и писать.

А во-вторых, та же модернизация, в частности внедрение массового производства, резко удешевила как сам способ издания, так и средства доставки печатной продукции к потребителю. Газеты и книги стали доступны возникающему среднему классу»².

Да, некоторые из причин возникновения журналистики, средств *массовой* информации названы абсолютно точно. Именно пресса готовила читателя, органично вливающегося в общество «образованных, думающих людей, способных квалифицированно обсуждать возникающие проблемы». В XX веке журналисты постепенно стали осваивать радио и телевидение как каналы, органично дополняющие печать. Но на рубеже нового тысячелетия произошел какой-то аудиовизуальный прорыв, позволивший некоторым экспертам – особенно на фоне активно развивающегося Интернета – утверждать, что время текстовой эпохи завершилось и что литература опять становится делом специализированных элит. Это, видимо, относится и к прессе, которая также в ближайшем будущем вряд ли сумеет вернуть себе прежнее положение.

Второй фактор (назовем его – эпатажность) особенно тесно связан с масс-медиа: «Раньше автор сначала создавал книгу, и если она оказывалась хорошей, то за счёт этого обретал известность. Сейчас автор сначала утверждает в медийной среде, зарабатывает, если получается, популярность, а уже после подвёрстывает к этому свои книги.

Причём качество книг, в общем, значения не имеет. Главное, чтобы они не были чрезмерно скучны. Зато приветствуется бодренькая болтовня как бы обо всём сразу, а в сущности ни о чём»³. Такую оценку можно экстраполировать не только на наиболее массовую желтую прессу, но и на некоторые прежде проходившие по рангу качественных общественно-

политических изданий. Скандал становится обязательным элементом выпуска, «гвоздем номера».

Колумнист «Известий» Павел Демидов сравнил реакцию аудитории двух передач – «Жди меня» и «Пусть говорят»: «Одни и те же люди, оказавшись под воздействием различных мотиваций, соответственно себя и ведут. Помните анекдот об осле и морковке, вывешенной перед мордой длинноухого упряма? Какой была мотивация того, кто морковку подвесил? Заставить ишака идти вперед, чего он успешно и добился. Практически то же самое происходит и в упомянутых телепередачах. Вбрасывается та или иная морковка – и одна и та же массовка соответственно реагирует. Причем настолько соответственно, что становится жутковато. В «Жди меня» это сама доброта, сочувствие, милосердие, это слезы умиления и радость за чужое счастье. В «Пусть говорят» разъяренная толпа готова растоптать, разорвать на куски, стереть в пыль алиментщика ли, пьяницу ли, зоофоба, насильника. Глаза налиты кровью, лица искажены ненавистью, пальцы сжаты в кулак»⁴.

Автор, по сути, говорит о целенаправленном журналистском воздействии на массовую аудиторию, об опасности манипулирования толпой, особенно когда манипулятор искусен и уверен, что цель оправдывает средства.

Третий фактор – клановость, имеющая сугубо прагматические карьерные цели. Тусовочная журналистика рассчитана на узкую – свою – аудиторию и поддерживается лишь благодаря недальновидности издателя в лице государства или некой корпорации. Возможно, это стало одной из причин, вызвавших пассаж президента РФ Дмитрия Медведева, сказавшего в своем ежегодном послании Федеральному собранию, что органы власти «не должны быть владельцами заводов, газет, пароходов, и каждый должен заниматься своим делом»⁵. Тусовочность особенно ярко проявляется в телевизионной журналистике, где почти каждая узнаваемая медийная персона стала телеакадемиком, получившим не одну премию ТЭФИ.

Такая ситуация рано или поздно должна была привести к лояльности, что и демонстрируют главные федеральные телеканалы. Да, в советское время каждый номер газеты, каждая радио- и телепередача выпускались с оглядкой на обком, горком и райком. Но нередко это была тайная борьба журналистов (и аудитории) с властью, в которой оттачивалось мастерство текста и подтекста. Можно сказать, что особое отношение к слову отличало всех – и журналистов, и читателей, и издателей, и цензоров...⁶

В интервью с режиссером В. Абдрашитовым корреспондент напомнил о цензуре советских времен. На что известный кинематографист ответил так: «А разве сейчас она не восстанавливается? Мы же знаем картины, которым пресекают выход на экран. Да и само отсутствие внятного, осмысленного проката для оте-

чественных картин — разве это не форма цензуры? А навязывание ложно-патриотических тем... А рука государства, лежащая на кранике, с помощью которого можно в любой момент перекрыть финансирование картины... Многие фильмы не добираются не только до большого экрана, но и до телевизионного — разве это не цензура? <...> Цензура в её старом, нередко персонифицированном обличье злобных партийных церберов вроде бы исчезла, но она, как радиация, распространилась в воздухе и весьма ощутима»⁷.

Четвертый фактор — непрофессионализм, проявляющийся в работе и корреспондентов, и редакторов, и медиавладельцев, многие из которых не имеют специального образования, да и не считают нужным его получать, мол, журналистика всегда была открытой сферой... Между тем, например, гениальный режиссер Кама Гинкас считает необходимым обучать театральному мастерству: «...В Париже собралась представительная международная конференция, посвященная Мейерхольду. Большая аудитория, человек пятьсот. И вдруг некая дама спрашивает меня: «Скажите, можно ли научить режиссуре?» Потому что в самой Франции факультетов режиссуры, как известно, нет. На что я жестко отвечаю: не только можно, но и нужно. Потому что всегда было и поныне остается в режиссуре огромное количество людей, которые называют себя режиссерами, не имея права называться таковыми. И это очень опасно. Режиссер — не композитор и не поэт, он имеет дело с артистом, то есть с живой плотью. Мы же не пойдем оперироваться к хирургу, не знающему анатомии, но заявляющему: я чувствую, как достать из вас осколок. Режиссер обязан знать анатомию артиста. А если не знает, то наверняка будет калечить его — не потому, что хочет причинить ему боль, а потому, что, пользуясь его нервной системой, его эмоциональной памятью и не зная, как к ним подойти, может принести артисту огромное количество травм»⁸.

Журналистика не умрёт, но она серьёзно болеет...

«Газеты умрут!», «Журналистика как профессия доживает своё...» — в последнее время все чаще звучат такие неутешительные прогнозы. Можно, конечно, небрежно отмахнуться: мол, хоронили и живопись с изобретением фотографии, и театр — с приходом кино, а выставка Левитана сначала в северной, а затем в нашей основной столице побил все рекорды посещаемости, а театры, которых в той же Москве, кажется, около сотни, ежедневно заполняются зрителями... Но не хочется отмахиваться, особенно после опросов студентов-журналистов, как выяснилось, практически не читающих бумажную прессу и перемещающихся в социальные сети. Будучи практикующим журналистом и преподавателем журналистики, я реально обеспокоен...

В киоске рядом с домом ежедневно трачусь на «свой» комплект газет и журналов, хотя, считаясь достаточно активным пользователем Интернета, могу все это посмотреть на сайтах (что и делаю, скачивая заинтересовавшие меня публикации). Почему же не отказываюсь от «бумаги»? Во-первых, по традиции

(все-таки мой читательский стаж составляет почти полвека) и из корпоративной солидарности (начинал с газеты и ощущаю себя прежде всего газетчиком). Во-вторых, потому, что люблю читать в постели, и перед сном и сразу после пробуждения (а то и среди ночи) обязательно «прорабатываю» прессу. В-третьих, потому, что мне приятен сам процесс разворачивания, просматривания номера, поиска наиболее интересного (для меня важен дизайн издания: компоновка публикаций, их внутренние связи, иллюстрации — особенно в журналах). Люблю также читать прессу на «верхней полке у открытого окна» поезда, в автобусе, троллейбусе, трамвае...

Мне кажется, сама форма газеты, возможность читать её в комфортных условиях, ожидание сюрприза — немаловажные вещи. Знакомство с распечаткой статьи не то же самое, что чтение этой же статьи на газетной полосе, находящейся в окружении других публикаций, в том числе иллюстрационных. Как во все не одно и то же — принтерный вариант романа и его типографское издание, телевизионная трансляция спектакля и живое представление в театре, посещение которого само по себе является ритуалом.

В общем, меня привлекает радость случайного открытия (серендипити) и ритуальность. Но мало ли что меня привлекает... А вот большинство считает это чудачеством да пустой тратой денег. Большинство может напомнить и о «читателях газет, глотателях пустот». Да, «пустой» прессы сегодня более чем достаточно, но уж свой выбор («набор») я готов перед кем угодно защитить, поскольку уважаю коллег-профессионалов. К бумажным — качественным — изданиям потому и обращаюсь, что мне важно многомерное представление факта, о котором услышал по радио, телевидению или узнал из ленты интернет-новостей. И я так же, как Алексей Панкин, начинаю испытывать прилив нежности к газетам, «...хотя они тоже стали пичкать посетителей своих сайтов видео, но там это хотя бы сопровождается внятными текстами и, главное, у тебя остается выбор ролик не запускать»⁹.

Ведь почему-то появляются новые бумажные издания?!.. Вот и «Московские новости» возрождаются — газета, которая не выходила на протяжении последних четырех лет. Главный редактор «МН» Владимир Гуревич, соглашаясь, что времена не те, что изменилось место газеты в обществе, видит главной задачей интерпретацию новостей: «Более подробное и углубленное продолжение разговора о событиях, которые произошли накануне, — с комментариями, оценками и дополнительными фактами». Он планирует выпускать ежедневную аналитическую газету, глобальную по тематике, выходящую к тому же сразу в четырех форматах: сайт, iPad-приложение, PDF-версия и непосредственно бумажная газета (также у издания есть аккаунты в Facebook, Twitter и «ВКонтакте»). И заключает: «На рынке современной прессы нет нехватки фактов и новостей, есть дефицит смыслов»¹⁰. Как сообщила Lenta.ru, макет «МН» изготовил один из самых известных в мире газетных дизайнеров Марио Гарсиа, на счету которого такие проекты, как *The Wall Street Journal*, *Handelsblatt*, *Die Zeit* и другие.

Для меня главное в профессии слово – ответственность. Журналист ответственно собирает информацию из различных и надежных источников, ответственно ее обрабатывает и создает оригинальный (грамотный, эксклюзивный) – по содержанию и форме – текст. Профессионал потому и называется таковым, что обязан следовать профессиональным и этическим стандартам. Конечно, и другие – любители – могут (если могут) делать почти то же самое, но если они под собственным именем начинают производить информацию регулярно и осуществлять прямую-обратную связь с аудиторией, то постепенно и неизбежно будут продвигаться к тому, что называют «персональным журнализмом».

И неслучайно тот же Алексей Панкин, характеризуя «идеологию нового медиапространства» («...каждый человек сегодня располагает доступом к неограниченному количеству источников информации и способен не только сам разобраться в каком угодно вопросе, но и высказаться, и быть услышанным, и повлиять на принятие решений»), тревожится за массового реципиента, который при восприятии разноречивой информации может ощутить раздвоение личности: «Вот вам парадокс современной информационной эры. С одной стороны, информации немерено, с другой – разобраться в ней все сложнее. Все чаще и чаще мы – и как обыватели, и как граждане – оказываемся в ситуации, когда нам просто не хватает квалификации, чтобы сделать осознанный выбор. Полагаться на авторитеты? Но их с особым сладострастием уничтожают пользователи во Всемирной паутине. Остается решать, кому верить несмотря ни на что»¹¹.

Итак, журналистику «тёмные силы гнетут»... Кто же они?

Во-первых, коллаборационисты в самой профессиональной среде, т. е. работники СМИ, добровольно переходящие в стан пропагандистов («пиарналистов»).

Во-вторых, те владельцы, издатели, учредители, которые явно или неявно препятствуют реализации всех основных задач журналистики, и прежде всего – функции социального контроля.

В-третьих, монополисты (полиграфисты, бумагопроизводители, распространители и др.), объективно тормозящие развитие качественной прессы.

В-четвертых, та часть аудитории...

Вот здесь приторможу. Считаю, меньше всего в сложившемся положении виноваты читатели, слушатели, зрители. Когда нет достойного предложения, трудно говорить о воспроизводстве качественной аудитории. И не ее вина (беда?), что приходится больше иметь дело с облегченным контентом, «гламуром» и «глянцем». К тому же у традиционных российских СМИ немало очевидных недостатков: дискретность выпуска, «неоперативность», дорогая подписка, поздняя доставка, слабая полиграфия, не позволяющая печатать в тех же газетах иллюстрации с высоким качеством воспроизведения. Да ещё от читателя требуется широкий кругозор, постоянная готовность к восприятию печатной информации: ведь вдумчивое чтение – это нелёгкий труд.

Но почему же всё-таки «бумага», а не тот же Интернет, где почти все перечисленные выше недостатки снимаются?

Потому что верю: пока ещё не потеряно доверие и уважение к печатному слову. Потому что Интернет, телевидение, радио – это средства, каналы самой разнообразной информации, а не только и даже не столько журналистской информации. Бумажная же пресса, и особенно общественно-политические газеты, – это по преимуществу журналистика. Пресса, наряду с книгами, может с детства приучать к чтению, а значит, способствовать повышению уровня грамотности и образованности населения (о введении в школьные программы предмета «Медиаобразование» автор писал уже много раз).

Необходимо вернуть традицию чтения, чтобы те же СМИ были в состоянии говорить с аудиторией на одном языке. Сегодня же, когда общество излишне атомизировано, когда отсутствуют некие общие коды, позволяющие понимать контекст, подтекст, вызывать общие ассоциации, восприятие затрудняется, а порой сам факт коммуникации отсутствует. И продолжается отток аудитории, точнее, нет её притока. А редакции сознательно идут на облегчение содержания публикаций, упрощая и даже вульгаризируя язык...

Но если мы не озаботимся воспроизводством и воспитанием квалифицированного читателя, то потеряем... работу. Чтобы общество пришло к осознанию необходимости журналистики, свою нужность (социальную востребованность) должны доказать сами журналисты. И начать следует с требований к государству принять конкретные меры (демократичное законодательство, антимонопольная политика и др.) по поддержке социальной – она же качественная – журналистики.

Журналистика, придерживающаяся профессиональных и этических стандартов, добывающая, обрабатывающая и транслирующая достоверную, качественную с точки зрения языка и безопасную по воздействию на аудиторию информацию, нужна была во все времена. Всегда ценились независимые журналисты, отличающиеся демократизмом (служение обществу), гражданской смелостью, принципиальностью и последовательностью в отстаивании заявленной позиции. Всегда выделялись профессионалы, придерживающиеся принципов объективности и правдивости, опоры на точные факты, те публицисты, которых отличали непредвзятость и независимость в поиске истины, взвешенность и конструктивность, современность и др.

Чем больше станет подлинных профессионалов, тем правомернее будет относить СМИ к сегменту гражданского общества, считать прессу его равноправным элементом, а также инструментом общественного мнения, без которого журналистика вообще беззащитна. А на поддержку общественного мнения можно рассчитывать лишь в том случае, когда и гражданское общество постоянно себя проявляет в качестве активной силы и когда журналисты ощущают себя гражданами, воспринимая свою деятельность не только как ремесло, но прежде всего как служение,

общественную миссию. Такой вот получается «круговорот вещей в природе»...

В. Тулупов

Примечания

1. Столяров А. Чего не слышим // Литературная газета. — № 16-17, 27.04–3.05.11. — С. 15.

2. Там же.

3. Там же.

4. Демидов П. Массы и морковь // Известия, 6.05.11. — С. 8.

5. В профессиональной журналистской среде сразу же началось бурное обсуждение будущего прессы. Тем более чиновники правительства и администрации президента оперативно откликнулись на сказанное, мол, это — «действительный сигнал к необходимости ухода от практики суще-

ствования СМИ, принадлежащих органам власти». Они же уверили, что соответствующий законопроект будет разработан в течение полугода, и около 80 % региональных изданий получат новых владельцев. Предполагается, что региональные власти останутся и без контроля над филиалами федерального телевидения.

6. При этом редакции не думали о деньгах — только о профессиональной творческой стороне дела. Газета не могла не выйти, более того — не выйти в срок: все службы — от цинкографии до экспедиции — работали по строгому графику.

7. Павлючик Л. В нашем кино насаждается инфантилизм // Литературная газета. — № 16-17, 27.04-3.05.11. — С. 9.

8. Давыдова М. Бесконечность Гинкаса // Известия. — 6.05.11. — С. 6.

9. Панкин А. Плач по букве // Известия. — 16.03.11.

10. Морозов Н. Старая газета для нового читателя // Известия. — 29.03.11.

11. Недоверчивая Сеть // Известия. — 30.03.11.



В. Голуб

Информационная безопасность как учебная дисциплина студентов-журналистов

В настоящее время знание основ информационной безопасности и умение применять эти знания на практике стало насущной необходимостью для любого профессионала, работающего в средствах массовой информации. При обучении студентов-журналистов курс информационной безопасности должен стать одним из важных в пакете вузовских учебных дисциплин, связанных с современными информационными технологиями. При этом круг вопросов, относящихся к этому направлению, крайне широк и в разных вузах при подготовке по различным специальностям акценты делаются на самые разные темы, причем не всегда достаточно продуманно и обоснованно. Например, значительный объем учебной нагрузки часто выделяется на изучение методов криптографической защиты информации. Это представляется не совсем обоснованным, так как, несмотря на важность этих вопросов, для большинства пользователей компьютеров и информационно-телекоммуникационных систем достаточно общих сведений из этой предметной области, чтобы понимать основные принципы криптографии и при необходимости грамотно использовать программы шифрования или простановки электронной цифровой подписи на уровне грамотного пользователя.

Чтобы обеспечить наибольшую эффективность преподавания информационной безопасности с учетом особенностей сферы профессиональных интересов будущих специалистов масс-медиа, представляется важным определить, какие темы должны быть включены в учебный план, а также насколько большого внимания требуют те или иные разделы.

Достаточно хорошую подготовку студентов по предмету «Информационная безопасность» можно обеспечить только в том случае, если учебной программой будет предусмотрено изучение всех основных тем, знание которых необходимо для грамотного пользователя, активно работающего с современными информационными системами с учетом особенностей его профессиональной деятельности.

Рассмотрим, какие основные аспекты информационной безопасности должны быть изучены студентами-журналистами, чтобы у них была сформирована цельная картина предмета и заложены основы знаний, необходимых современному специалисту в этой области.

1. Основы теории защиты информации.

Важнейший раздел, в котором рассматриваются основные термины, определения и понятия предметной области, включая угрозы информации, каналы утечки информации, понятие политики безопасности

и др., без чего дальнейшее изучение материала невозможно в принципе.

2. Защита от коммерческой технической разведки.

3. Информационная безопасность кабельных телекоммуникационных систем.

4. Информационная безопасность телефонной связи.

5. Информационная безопасность радиосвязи.

6. Информационная безопасность сотовой связи.

Темы 2-6 содержат в кратком виде обзор основных способов получения информации с использованием технических средств и методов защиты информации от таких средств. Представление об этих вопросах необходимо, во-первых, вследствие того, что современные СМИ есть коммерческие структуры, а конкурентная борьба в бизнесе далеко не всегда ведется законными способами, во-вторых, в ряде случаев, например при проведении журналистского расследования, возможны попытки использования технических средств разведки для получения информации о журналистах и их действиях. Целью этого может быть как последующее нейтрализующее воздействие на журналистов для препятствования публикации компрометирующих материалов, так и стремление добиться, используя полученную информацию, публикаций нужной направленности.

7. Криптографическая защита информации.

Изучение этого раздела необходимо для того, чтобы будущий специалист мог надежно ориентироваться в современных методах и средствах защиты конфиденциальности информации, так как криптография повсеместно используется для решения, прежде всего, этого класса задач, включая самые обыденные ситуации, например для защиты секретности паролей доступа к электронной почте и другим ресурсам. Кроме этого, важнейшим направлением применения криптографии является защита электронных документов с помощью электронной цифровой подписи, которая все шире используется на практике и в дальнейшем, в связи с развитием электронного документооборота, будет получать все более широкое распространение. Еще одной важной, в частности, для журналистов сферой, где необходимы криптографические, а именно стеганографические средства, является защита авторских прав на фото-, аудио- и видео материалы, представленные в электронной форме.

8. Системы контроля доступа.

Хотя бы общие представления о современных средствах контроля доступа необходимы потому, что без их грамотного использования невозможно обеспечить ни целостность, ни доступность, ни конфиденциальность информации. Как один из примеров

можно указать на все более активное использование биометрических средств аутентификации, что требует понимания особенностей их работы.

9. Парольная защита.

Один из небольших по объему, но очень важных разделов курса, что обусловлено повсеместным применением парольной защиты для закрытия доступа к самым разным информационным ресурсам. С другой стороны, неграмотное использование паролей, ошибки в организации парольной аутентификации есть одна из главных причин появления уязвимостей в защите как личной, так и корпоративной информации, ведущей к самым печальным последствиям.

10. Информационная безопасность компьютерных систем.

11. Резервное копирование и восстановление информации.

Сегодня каждый журналист является активным пользователем компьютера, поэтому разделы 10-11 являются исключительно важными, так как их изучение направлено на формирование основных навыков грамотной и безопасной работы с компьютером. Особо следует отметить важность освоения студентами методов резервного копирования информации и восстановления утерянных и поврежденных данных, так как с подобными проблемами рано или поздно сталкивается каждый пользователь компьютера, а ущерб от реализации угроз целостности информации, на защиту от которых направлены резервное копирование и восстановление данных, может быть крайне серьезен.

12. Защита от вредоносного программного обеспечения.

Значительное число разнообразных угроз безопасности информационных систем связано с дей-

ствием вредоносного программного обеспечения, при этом большинство пользователей компьютера не представляют даже, какие опасности могут быть связаны с воздействием такого ПО и не способны предпринять надежные меры защиты от компьютерных вирусов. В данном разделе изучению подлежат как угрозы информации, реализуемые различными видами вредоносного программного обеспечения, так и меры по защите компьютера от этих угроз.

13. Безопасная работа в сети Интернет.

14. Информационная безопасность электронной почты.

Разделы 13-14 посвящены рассмотрению важных вопросов обеспечения информационной безопасности при работе в сети Интернет. В современных условиях Интернет стал, пожалуй, основным источником угроз информационной безопасности, а электронная почта — одной из наиболее активно используемых коммуникативных систем, что обуславливает необходимость хорошего владения методами безопасной и эффективной работы и общения в глобальной сети.

15. Законодательно-правовые аспекты защиты информации.

Обеспечение информационной безопасности должно осуществляться строго в рамках закона и основываться на принятых в нашей стране нормативно-правовых актах. Кроме того, специфические особенности информационной безопасности СМИ в значительной степени определяются требованиями «Закона о СМИ». В этой связи данный раздел является важным для изучения студентами-журналистами.

г. Воронеж



С. Мельник

Проблемы современной медийной коммуникации

(на примере использования нейросемантики и манипулятивной риторики в СМИ)

Весьма эффективным рычагом социальной машины воздействия на умы и поведение масс, которая использует набор изощренных технологий господства, в современном обществе являются СМИ, использующие манипулятивную семантику и риторику, конструирующие специфические реальности, внедряя в сознание индивида и социальных групп виртуальную реальность, которой ничего не соответствует в объективной социальной действительности¹.

Ярким и показательным примером этого является коммуникативная технология, которая была разработана американскими учеными Дж. Гриндером и Р. Бэндлером в начале 1970-х гг. в контексте гипнотерапии. На основе открытия американских лингвистов А. Кожибски и Н. Хомского относительно того, что овладение языком и речевое развитие подчиняются определенным правилам, Дж. Гриндер и Р. Бэндлер предприняли ряд исследований с целью выяснить, как слова функционируют на уровне нервной системы человека, формируя при этом его «личность», навыки и когнитивно-эмоциональный опыт. Результаты превзошли все ожидания, что послужило содержательной основой вышедшего в свет совместного научного труда под названием «Структура магии» (1975), который является самой первой и основополагающей книгой в области нейролингвистического программирования (НЛП)². В дальнейшем коммуникативную технологию Гриндера и Бэндлера начали применять не только в сфере клинической психиатрии и психологии, но и в области менеджмента, PR и рекламы.

Один из главных принципов, на котором базируется нейро-лингвистическое программирование, выражен в идее карты (модели мира) реципиента, которая формируется уже в раннем возрасте по трем процессам, называемым *обобщение*, *опущение* и *искажение*³. Все эти три процесса взаимосвязаны и абсолютно необходимы, в противном случае будет невозможным воспринимать окружающий мир. Чтобы иметь возможность структурировать явления, окружающие человека, ему необходимо какую-то часть информации *опускать*, некоторые явления *обобщать*, другие — *искажать*, чтобы они вписывались в уже сформировавшиеся внутри него шаблоны существующего мира, иначе мир станет нестабильным, непредсказуемым и, соответственно, опасным⁴.

Указанные структуры основателями НЛП были соответствующим образом обработаны и сведены к конкретным моделям, которые можно передавать для использования от коммуникатора к коммуниканту. С ними связаны понятия «метамодель» и «мильтон-

модель». **Мета-модель** применимо к СМИ может использоваться в пропаганде, поскольку хороша для лучшего понимания коммуникатора относительно реципиента и наоборот, а потому может также с успехом применяться в процессе проведения интервью, беседы и т. п. **Мильтон-модель** базируется на принципах гипноза, который применял американский терапевт Милтон Эриксон. Использование этой модели позволяет сделать так, чтобы коммуникатора «поняли» сразу все, при том что он не дал никакой конкретной информации, кроме трактуемых каждым по-своему обобщений. Поэтому мильтон-модель применительно к СМИ довольно-таки эффективно может использоваться в манипулятивной пропаганде, а также в агитации. На сегодняшний день она получила широкое применение у рекламистов и пиарменов, чтобы эффективно «запудрить народу мозги»⁵. Часто можно наблюдать примеры использования мильтон-моделей в СМИ в качестве слоганов: *Жить стало лучше, жить стало веселее* (опущение), *Новое поколение выбирает PEPSI* (обобщение), *Мы знаем, что вам нужно* (искажение, шаблон чтения мыслей) и т. п.

В свою очередь, суггесторная эффективность использования мильтон-модели объясняется ввиду особенности мозговых полушарий человека, где в левом — преобладает сознательное, а в правом — преобладает бессознательное. В этом смысле НЛП ориентировано на человеческое подсознание, т. е. на чувства — на первую сигнальную систему. В то же время нейролингвистическое программирование пытается заблокировать вторую сигнальную систему и связанную с ней логику (за что отвечает левое полушарие), в результате чего его влияние в значительно меньшей степени поддается осознанному самоконтролю человека. Поэтому оно значительно сильнее и непосредственнее влияет на поведение и представления индивида. Таким образом, реализуется принцип ловушки для сознания (фокусы языка) посредством использования определенного набора речевых стратегий, целью которых является сосредоточение сознательного внимания реципиента на чем-либо, вовлечение его сознания в какую-то деятельность. При этом все то, что коммуникатор будет говорить в то время, когда сознание коммуниканта увлечено чем-то другим, не воспринимается им, не обрабатывается им, и, естественно, не запоминается. В итоге использования ловушек получается, что коммуникатор не отдавал реципиенту никаких команд, ни о чем его не просил, но тот почему-то сам захотел что-то сделать для него. Таким образом, например, использование слов «знаете», «понимаете», «осознаете»

в таких речевых стратегиях, как *осознаете ли Вы, что... понимаете ли Вы, что... знаете ли Вы, что...* переключают сознание реципиента на внутренний поиск внутренних ощущений и мыслей, в результате чего другие слова, следующие за лингвистическими обманками, уходят в подсознание и воспринимаются без критики. В рекламе, транслируемой в аудиовизуальных СМИ, часто можно наблюдать примеры применения подобных приемов манипуляции: *«Знаете ли Вы, что, купив один комплект постельного белья в нашем телемагазине, Вы получаете двадцатипроцентную скидку на покупку второго», «Знаете ли Вы, что, заказав прямо сейчас набор чудо-ножей, Вы получаете в подарок эту замечательную доску для нарезки» и т. д.* Аналогичный эффект производит пресуппозиция (предположение), по принципу которой строятся фразы, где предполагается уже наличие какого-нибудь действия, предмета или явления. Особенно эффективно пресуппозиция используется в речевых оборотах, в которых указывается время и последовательность действий. В указанных случаях коммуникатор совершает команду предварительным действием или условием для выполнения какого-нибудь другого действия, менее значимого, чем команда, и легко поддающимся сознательному контролю, при этом сама команда цензуры сознания избегает: *«Прежде чем Вы купите товары в сети супермаркета «Фокстрот», обратите внимание на их низкую цену»* и т. п.

Итак, подход Мильтона Эриксона базируется на том, что с правым полушарием реципиента можно связываться напрямую. Эриксон делал это, встраивая «правополушарное» послание в нормально звучащее предложение, при этом маркируя его изменением тона голоса, или эмфазой⁶. Этот акустический эквивалент использования прописных букв в письменной речи можно наблюдать в украинских СМИ: например, реклама «солидных» гудков для мобильного телефона, которые предлагают использовать вместо обычных гудков. За кадром говорится, что первый звук, который слышат, когда звонят, это гудок. Далее говорится о том, что более приятно слышать вместо гудка мелодию, которую можно заказать, набрав соответствующий код, который видят на экране. Далее на экране появляется заставка с таким текстом, где как бы маркером вишневого цвета выделены некоторые слова: **135 Это первая речь, которая создает ваш имидж⁷. А, он должен быть солидным! 315 звонков на 315 устанавливает в телефоне эти самые солидные гудки** («правополушарное» послание: **135 РЕЧЬ СОЗДАЕТ ИМИДЖ. ДОЛЖЕН БЫТЬ СОЛИДНЫМ. 315 315 СОЛИДНЫЕ ГУДКИ** т. е. гудок (135, код, который нужно набрать, чтобы выбрать понравившуюся мелодию в качестве гудка) — это то, что делает нас солидными. А раз мы хотим стать солидными, мы должны выбрать себе солидный гудок — повтор в сообщении слова «солидный» в свою очередь также является эмфазой).

Другой ипостасью использования технологии господства, выражающейся в применении манипулятивной семантики и риторики современных СМИ, является так называемые четыре стратегемы влияния, описываемые американскими социальными психоло-

гами Э. Аронсоном и Э. Пратканисом в книге «Современные технологии влияния и убеждения. Эпоха пропаганды». Предложенная ими манипулятивная модель базируется на психологическом законе когнитивной реакции реципиента, идея которого выражена в том, что лишь после того, как коммуникатору в сознании реципиента удастся создать когнитивный диссонанс, т. е. забросить зерна сомнения, ему удастся убедить коммуниканта в чем угодно. По убеждению американских ученых, эта идея восходит к античности. По их мнению, Аристотель первым разработал всестороннюю теорию убеждения. Его теория рассматривала три аспекта убеждения — источник (этнос), послание (логос) и эмоции аудитории (пафос)⁸. По каждому аспекту Аристотель подготовил рекомендации для потенциального коммуникатора. Например, он рекомендовал оратору «подавать» себя как хорошего человека, которому можно было бы доверять; советовал тем, кто писал речи, в процессе создания убедительного сообщения использовать аргументы, очевидно следующие правилам логики, и применять яркие исторические и образные примеры, чтобы иллюстрировать свои положения. Послание должно соответствовать уже существующим верованиям и убеждениям аудитории. Аристотель считал очень важным понимание чувств слушателей. Сердитый человек будет действовать иначе, чем тот, кто доволен. Оратор должен уметь направлять эти эмоции на пользу дела. С этой целью Аристотель описывал, как пробуждать у аудитории эмоции — гнев, дружелюбие, страх, зависть, стыд, — и обсуждал, как применить их для эффективного убедительного использования.

В своей книге Э. Аронсон и Э. Пратканис описывают множество реальных ситуаций, в которых была задействована манипуляция массового сознания преимущественно в американских СМИ (освещение событий войны во Вьетнаме и в Ираке, создание рейтингов одобрения Р. Рейгана, Дж. Буша и Б. Клинтона и т. п.). Все описанные ими случаи сводятся к тому, что преуспевающий коммуникатор в отношении убеждения может воспользоваться любой тактикой влияния, способной заставить реципиента позитивно думать о проблеме или образе действия. Однако максимальное влияние возникает с наибольшей долей вероятности тогда, когда осуществляются четыре главные стратегемы влияния или основные маневры, обеспечивающие достижение согласия. Для этого коммуникатору необходимо: **1)** во-первых, взять ситуацию под свой контроль и обеспечить благоприятный климат для своего послания (подобный процесс называется предубеждением). По мнению авторов книги, предубеждение включает в себя манипулирование тем, как структурирована проблема и как сформулировано решение. Вполне успешно осуществленное предубеждение определяет то, «что всем известно» и «что все считают само собой разумеющимся» (даже если это отнюдь не так и данное положение, напротив, следовало бы принять как дискуссионную точку зрения). Умело организуя формулировку и обсуждение вопроса, коммуникатор, однако, может влиять на когнитивные реакции

и получать согласие, внешне даже не пытаясь убеждать реципиентов. 2) затем коммуникатору следует создать положительный образ в глазах аудитории (эту стратегию американские ученые называют доверием к источнику). Другими словами, коммуникатор должен казаться внушающим симпатию, авторитетным или заслуживающим доверия либо обладающим любым другим качеством, облегчающим убеждение. 3) создать и донести до адресата послание, которое фокусирует его внимание и мысли именно на том, что нужно коммуникатору, — например, отвлекая от доводов против данного предложения, или сосредоточивая его внимание на ярком и мощном образе, или даже побуждая его убедить самого себя. 4) Согласно авторам книги, эффективное влияние контролирует эмоции коммуниканта и следует простому правилу: коммуникатор должен возбудить эмоцию, а затем предложить реципиенту способ реагирования на эту эмоцию, который «случайно» окажется именно желательным образом действия. В таких ситуациях реципиент озабочен необходимостью справиться с эмоциями, исполняя требование в надежде избежать негативной эмоции или сохранить позитивную.

Очень схожую точку зрения представил российский психолингвист А.А. Леонтьев в работе «Проблемы психолингвистической экспертизы текстов СМИ»⁹. Там он приводит в качестве иллюстративного материала манипулятивные механизмы зарубежных СМИ, основным приемом введения в заблуждение которых является сдвиг в соотношении денотативного и коннотативного компонентов слова, а также «метод скрывающей номинации». При этом российский ученый ссылается на труды¹⁰ своих коллег В.Л. Артемова, Я. Прухи, Д. Грэбера, Г. Босмаджана, а также Э. Блэйка и Р. Харолдсена, из книги которых приводит в качестве примера «классические» приемы манипулирования в СМИ:

1) наклеивание ярлыков, что выражено в обозначении события или действующего лица словом или выражением, изначально содержащим в себе для сознания реципиента негативный или, напротив, позитивный оттенок. В этом отношении, например, в украинских СМИ последних лет укрепились выражения «советские оккупанты», «имперские устремления Кремля», «беспредел оранжевых» и т. п.

2) сияющее обобщение, или блестящая неопределенность, т. е. использование набора понятий, соответствующего языковой и культурной общности данного общества (например, в украинских СМИ это слова «незалежність», «воля», «самостійність», «жертви голодомору» и т. п.);

3) перенос авторитета, одобрительного отношения, престижности чего-либо на нечто другое, чтобы сделать это другое приемлемым (например, в украинских масс-медиа использовалось выражение «оранжевая революция», под этими словами предполагалась либо положительная, либо отрицательная оценка события, которая дается бесспорным авторитетом (например, Ющенко и Тимошенко, либо их идеологическим противником Януковичем), и потому воспринимается реципиентом без критики);

4) свидетельство, т. е. ссылка на положительную или отрицательную оценку данной идеи, программы или личности, которую дает уважаемый или, напротив, ненавидимый человек. Ярким примером может послужить освещение в украинских СМИ фигуры министра культуры Д. Табачника и проводимой им программы в сфере образования, а также озвучивание лозунга о придании русскому языку статуса государственного в Украине.

5) игра в простонародность, т. е. привлечение на свою сторону аудитории путем отождествления себя с ней. Применительно к украинским СМИ в отношении этого приема можно отметить использование Ющенко в публичных выступлениях обращений «ширі українці», «українське селянство», «любі друзі»; при этом Ющенко упоминал тот факт, что он сам родом из села, а мать его обыкновенная учительница и т. п. Также применительно в данном случае и использование в рекламных сообщениях в украинских масс-медиа диалектных слов, которые встречаются на Западной Украине, например «файна» и проч.

6) подтасовка карт, т. е. навязывание реципиенту того или иного отношения к лицу или событию, и игнорирование фактов и утверждений, противоречащих этому желаемому эффекту. В данном случае, например, относительно украинских СМИ очень показательно освещение факта присоединения Украины к СССР как оккупации, либо рассказ о деятельности УПА как национально-освободительного движения.

7) «делай как все», убеждение реципиента в том, что все члены соответствующей группы разделяют определенное мнение и ему, реципиенту, не остается ничего иного, как присоединиться к этому мнению (в этом отношении очень показателен 2004 год в украинских СМИ, когда различные политические партии агитировали большинство людей выйти на майдан с призывом «Украина без Кучмы», т. е. все равно, какая партия, но только против президента Кучмы).

Как можно увидеть из приведенных манипулятивных приемов, механизмов и коммуникативной технологии НЛП, мощным орудием манипуляции сознанием является широкая опора на подсознание реципиента, на его эмоции и настроения. Посредством лингвистического воздействия на когнитивные структуры реципиента СМК производят эмоционализацию информации¹¹. Реципиент получает не чистую информацию, а лишь отношение (чаще всего предвзятое) коммуникатора к ней. В сообщении реципиент узнает лишь правду, но не истину, потому что правда — это «истина» плюс мое отношение к ней. Таким образом, истинность того или иного события или факта оказывается относительной.

В рассмотренных примерах можно разглядеть то, насколько искусно применяется манипуляция сознанием при помощи кажущихся на первый взгляд безобидных слов. Данные примеры суггесторного воздействия сводятся к тому, что людям в преддверии XXI столетия через СМИ предлагают выгодную для манипуляторов трактовку (идею), лишенную альтернативы. Ввиду того, что наличие черт внушения в сообщениях неявно, читательская и зрительская аудитория СМИ не

подозревает о скрытом воздействии, целью которого является безоговорочное убеждение. При таком грамотном использовании манипуляторами эмоционально окрашенных лингвистических фреймов аудитория оказывается неспособной к критическому восприятию информации и принимает предложенную им идею (установку), даже если первоначально она не соответствовала их убеждениям. В данном случае применение в СМИ нейролингвистического программирования, «метода скрывающей номинации» и т. п. оказывается весьма успешными для манипулирующих и пагубным для манипулируемых ввиду эффективности задействованной технологии господства над людьми и контроля за их поведением. Если принять во внимание то, что в подобных случаях манипулятивные приемы суггесторного воздействия срабатывают «на все сто», то, вне всякого сомнения, под всем этим, по мнению российского ученого С.Г. Кара-Мурзы, автора работ «Манипуляция сознанием», «Оранжевая мина», кроется страшнейшая трагедия нашего времени¹².

г. Одесса

Примечания

1. Поликарпова Е. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. – Ростов-на-Дону : 2002. – С. 12.
2. Холл М. Магия коммуникации. Использование структуры и значения языка. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2004. – С. 37.
3. См.: Там же. – С. 51.
4. См.: Там же. – С. 100.

5. Владимирова Н. Русское НЛП. Полный курс НЛП-практик. – М. : ООО Издательство «София», 2008. – С. 185.

6. Махони Т. НЛП больше, чем гипноз. Настольная книга коммуникатора. – СПб. : Прайм – ЕВРОЗНАК, 2009. – С. 169.

7. На украинском языке фразу «це перша річ, яка буде ваш імідж» можно перевести и как «это первая вещь (обстоятельство), которая создает ваш имидж». Потому что слово річ имеет несколько значений в переводе на русский язык: 1) вещь, предмет, как составная часть целого; 2) дело (обстоятельство); 3) речь, разговор. Вне всякого сомнения, эту фразу можно считать удачной ввиду создаваемой многозначности (вещь, обстоятельство, речь), т. к. здесь идет семантическая игра с подсознанием, для которого главным становится – то, что создает ваш имидж.

8. Э. Аронсон, Э. Пратканис. Современные технологии влияния и убеждения. Эпоха пропаганды. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2008. – С. 98.

9. Скрытое эмоциональное содержание текстов СМИ и методы его объективной диагностики / под ред. А.А. Леонтьева, Д.А. Леонтьева. – М. : Смысл, 2004. – С. 57-94.

10. Автор среди прочих работ называет коллективную книгу «Язык пропаганды», которая была написана в СССР в середине 70-х гг. прошлого столетия по заказу Центра научного программирования Гостелерадио. Ее авторами были Б.Х. Бгажноков, А.Р. Балаян, И.А. Зимняя, Н.Н. Кохтев, Т.М. Дридзе, А.А. Леонтьев и др. известные советские ученые-психолингвисты. К сожалению, по идеологическим соображениям книга так и не была опубликована.

11. Леонтьев А.А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. – М. : Смысл, 2008. – С. 162.

12. См.: Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Учебное пособие. – Киев : Оріяни, 2006. – С. 513.



В. Хорольский

Научно-популярная публицистика в информационном обществе: неизбежность бума

1. Жажда документализма и научности

В XX в. наблюдался взрыв интереса к фактографии и научному модусу познания мира. «Новые журналисты», возглавляемые Т. Вулфом, выступили за соединение факта и вымысла в эссеистике, но им противостояли документалисты-ученые, требовавшие строгости в освещении научной тематики. Современные СМИ тоже, как и раньше, много и охотно пишут о мировой науке, жизни ученых, проблемах НТР, перспективах прогресса. Научная тематика давно стала привычной на страницах не только специализированных, но и универсальных изданий, для которых научные открытия являются неординарными событиями, иногда сенсациями. Всем памятна дискуссия в СМИ о клонировании, геномной инженерии, модифицированных продуктах, покорении космоса, намечаемом путешествии людей на Марс, создании коллайдера, возможных встречах с гуманоидами, НЛО, глобальном потеплении и т. п. Но первое место по числу статей в зарубежной околонуучной прессе последних лет занимает, конечно же, Интернет¹. Популярна и такая тема, как микроминиатюризация и создание нанотехнологий в народном хозяйстве, в частности в сфере изобретения процессоров.

Другим постоянным мотивом научно-популярной публицистики стала кризисная экономика. Западная рыночная модель, как известно, породила новый стиль управления людьми в постиндустриальную эпоху. Капитал, принуждающий работников работать на износ, если верить бизнес-прессе, уступил место маркетингу, пиар-текстам, диалогу партнеров по бизнесу. Реклама, по мнению экономистов-популяризаторов (П. Кругман, Дж. Перкинс, Дж. Тобин), поработает работников быстрее принуждения, поэтому изучение дискурса современной экономической науки, тесно сплетенной с политикой, полезно для выявления законов современного рынка. Экономисты всего мира обсуждают причины и последствия глобальных срывов в финансовой сфере, повлекших за собой новый виток безработицы, падение уровня жизни, политические беспорядки типа египетских. Нельзя упускать из виду и тот факт, что научно-популярный модус повествования присущ и многим сугубо политическим статьям в серьезной периодике (статьи в газетах «Нью-Йорк-таймс», «Уолл стрит джорнел» давно подтверждают это). Споры о природе терроризма, демократии, выборов и т. п. идут повсюду, в том числе и в научно-популярных изданиях. Статья Ж. Бодрийара о терроризме стала фактом и науки, и массового сознания. Но, естественно, научно-популярная публицистика ассоциируется в сознании рядового потреби-

теля прежде всего с научно-техническим прогрессом. Интерес к научно-популярным изданиям в России и за рубежом («Знание — сила», «Наука и жизнь», «Наука и религия», «Гео», «Нэшнл джиографик», «Икономист» и т. п.) постоянно растет, что подтверждает нашу мысль о стремительно укрепляющейся связи науки и СМИ, о необходимости отдельного анализа научно-медийного дискурса отечественными медиа-критиками. Пока что научно-популярная публицистика (НПП) у нас изучается спорадически и не всегда адекватно. А изучать есть что! Журналы «Наука», «Природа», например, издаваемые в англоязычном мире, стали оплотом качественной журналистики последних десятилетий.

Особенно актуальны статьи в журналах «New Scientist» (Англия), «Bild der Wissenschaft», «Natur + Kosmos» и «VDI-Nachrichten» (Германия), «Discover» и «Popular Science» (США), «Recherche» и «Science et Vie» (Франция), при этом надо помнить, что ряд международных журналов рассматриваемой тематики уже существует и на русском языке (напр., «Нэшнл джиографик», GEO). National Geographic давно стал общемировым изданием. Как и русский журнал «Вокруг света», он имеет познавательную природу, прекрасно иллюстрирован, фоторепортажи в этом типе изданий стали ядром большинства номеров, приближаясь в этом смысле к «глянцу». Примером «глянцевого» НПП может служить журнал «Иллюстрированная наука». Сделать познание истины легким удастся далеко не всем, но в погоне за читателем почти все стараются быть интересными. Это особенно наглядно проявляется в концепции и деятельности германского журнала «Geo». Созданный в 1976 г. концерном «Грунер унд Яр», этот ежемесячный иллюстрированный журнал публикует очерки, репортажи и статьи на темы географии, биологии, туризма. Наглядные признаки коммерческой трансформации типа научно-популярного журнала присутствуют и в облике журнала «National Geographic» — органа Национального географического общества (США).

Огромную роль в современной культуре играет НПП, издаваемая на средства ООН. Журналы ЮНЕСКО можно считать примером соединения научной точности и максимально возможной доступности ПТ. Среди них наиболее популярен ежемесячный журнал «Курьер ЮНЕСКО». Следует отметить также такие журналы ЮНЕСКО, как «Музеум», «Импакт» (наука и общество), «Перспективы» (образование), «Природа и ресурсы» (проблемы природных ресурсов и охраны окружающей среды), «Культуры» (с 1982 г. все эти журналы стали выходить и на русском языке),

«Международный журнал социальных наук» (ежеквартальный, выходит на английском, французском, испанском языках), бюллетень «Новости» (выходит на всех основных языках). Особенно интересен для студентов факультетов журналистики журнал «Медиаобразование», русский вариант которого редактирует А. Федоров. Эти издания используются в основном работниками образования и студентами, что содействует развитию науки².

Свой вклад в популяризацию науки внесли не только специализированные, но и универсально-развлекательные СМИ. Особенно заметна тяга к сенсационным научным и квазинаучным проблемам в желтой прессе, имеющей большие тиражи и выражающей идеи массового потребительского сознания. Развлекательные СМИ в своих материалах соединяли естественное и сверхъестественное, превращая наукоподобные материалы в мифологию нашего времени³. Постоянно муссируется возможность посещения нашей планеты разумными существами из других миров, хотя ни одного научно доказанного факта пока нет. Миф об Атлантиде представлен в СМИ более доказательно. В энциклопедиях уже зафиксирован факт катастрофических изменений в атмосфере Земли, унесший в небытие целые народы и цивилизации. К массовым изданиям, популяризирующим научные открытия, относятся, например, такие газеты, как «News of world» (4, 78 млн экз.), «Sun» (4,05 млн экз.), «Mirror» (3,26 млн экз.), «Daily express» (1,98 млн экз.), «Daily mail» (1,86 млн экз.). Они сообщают о научных событиях, не интерпретируя их глубоко. Скажем, в 2010 г. муссировался факт вручения Нобелевской премии К. Новоселову и А. Гейму, которые уехали из России, как и сотни тысяч других молодых людей, что свидетельствует, мол, о провале политики В. Путина и его команды. Нередко распространяются неполезные сведения, запугивающие аудиторию, либо сеющие ложные ожидания скорого рая на Земле. Немалый вред духовному здоровью потребителей наносят желтые издания, печатающие рецепты исцеления, астрологические прогнозы, фантастические диеты и т. п.

Футуролог С. Лем писал об этом в «Мегабитовой бомбе» с большой тревогой, которую трудно разделить: *«Таким образом, информации все больше. Усиливается степень искажения и превознесения успехов точных наук (физики, космогонии, космологии), а если удастся клонировать мышей, овец или телят, наверняка последуют — я не осуждаю, а просто сообщаю — уверенные заявления, что медики скоро научатся выращивать не только человеческие органы, предназначенные для пересадки (или «запасные части»), но и целиком людей. Модной также является болтовня о подключаемых к нашему мозгу чипах, которые сделают из поедателей хлеба разносторонних гениев. Лично я от этого страдаю, так как подобные банальности загрязняют мне, как подключенному (К СОЖАЛЕНИЮ) к Интернету, сервер... Исследования геномов выявили, что структурные гены, позволяющие синтезировать конкретные белки, составляют лишь несколько процентов от всех генов, а остальные 90 с лишним процентов названы «junk ДНК» — мусор, или ничего не кодирующие пассажиры-зайцы*

(по-немецки Trittbrettfahrer)... Очень трудно предвидеть такой прогресс взглядов, основанный на результатах исследований, и трудно признать «прогностическую интуицию» чем-то, чему можно обучать»⁵. Думается, оснований для особой паники нет, так было всегда. Да и информационный шум, о котором тревожился Лем, не мешает настоящим ученым, а потребители научно-популярной информации должны иметь ментальные «фильтры», чтобы не утонуть в водовороте сенсационных сведений.

Тревогу у писателя и публициста Лема вызвали не только научные эксперименты в области медицины, но и их трактовка в СМИ и СМК⁶. Массовая культура не может глубоко анализировать научный дискурс, но может его популяризовать, привлекая внимание не столько специалистов, сколько широкой публики. И это один из парадоксов эпохи: масскульт, стремясь к коммерческому успеху, пропагандирует не только «настоящие груди» какой-нибудь Семенович, но и успехи космонавтов и нанотехнологов, а желтая пресса с одинаковым вниманием следит за достижениями артистов эстрады и ученых, ведь всюду есть шанс для открытий и сенсаций. О науке часто рассуждают писатели-постмодернисты. Как правило, у них встречается игровая научно-популярная рефлексия, соединяющая элитарно-серьезный анализ и иронико-кичтовый подход к культуре.

Но это, естественно, не главный фактор распространения научно-популярной информации. Сама жизнь с ее преобладающим научным модусом познания творит и «продвигает» рассматриваемый вид публицистики. Изобретений и теорий так много, что никакой Леонардо да Винчи не в состоянии знать и о тысячной доле из них. Другая причина популярности научного дискурса в массах — спор между наукой и религией, разгоревшийся с новой силой в последнее десятилетие на фоне христианско-исламского конфликта.

Любопытна и полемика вокруг представлений о происхождении Вселенной, жизни на Земле, о возникновении Разума и человека. Журнал «Scientific American» обнародовал в 2010 г. данные исследования, доказывающие, что идея креационизма, утверждающая, что человечество и Земля созданы Богом — распространяется все активнее. Журнал сообщил, что сейчас уже 45% американцев верят в то, что Бог создал жизнь в определенный момент времени, не более чем десять тысяч лет назад, эволюционисты же верят, что возраст Вселенной составляет около 13 млрд лет, а мужчины и женщины произошли от примато-подобных предков (обезьян), и утверждают что эта цифра каким-то образом подсчитана и является научным фактом. На сегодняшний день креационисты одерживают одну победу за другой. Обнародованное в «Scientific American» исследование, проведенное Лоуренсом Лернером из Калифорнийского Университета, показало, что в северных штатах креационизм прочно утвердился в местной системе образования. Но пока многие эволюционисты не понимают, что как креационизм — это теория, вера в которую вполне доказательна, но доказать на 100% невозможно, так и тео-

рия эволюции — также не наука, а всего лишь теория, доказать которую эволюционисты не могут на 100%⁷. Также не стоит забывать и о рекламной составляющей популяризации данной магистральной темы НПП, ведь вынужденный поиск спонсоров заставляет ученых все чаще прибегать к сенсационной форме общения с публикой. Значимость научно-популярной публицистики объясняет популярность таких авторов, как Э. Тоффлер, М. Маклюэн, С. Лем, У. Эко, Ж. Бодрийяр, Ж. Лиотар, М. Кастельс, А. Азимов.

Каковы типологические признаки данного вида медийного творчества? Во-первых, тематически подобные дискурсы отчетливо маркированы. Событийный ряд в научно-популярных текстах связан чаще всего с поиском истины, расширением горизонтов познания, усовершенствованием техники. Фоновые данные позволяют говорить о формировании картины мира, причем полемика сегодня идет по таким глобально-магистральным направлениям, как происхождение Вселенной и человека, продление жизни и сохранение здоровья, покорение космоса и встреча с инопланетным разумом, судьбы культуры и гуманизма, использование науки в военных целях. Второй отличительной чертой научно-популярных МД следует считать обилие статистических выкладок, цифр, а также бросающейся в глаза специальной лексики, научной терминологии и слэнга, профессионального жаргона. Термином, как известно, называется научно обработанное, точное обозначение какого-либо понятия из сферы науки, культуры, техники. Это официальное название. Профессионализм же — это обозначение каких-либо предметов, деталей, процессов, явлений и понятий, принятое в какой-либо профессиональной среде. Это неофициальные названия, которые обычно относят к профессиональному жаргону, например, *bear* («медведь», т. е. спекулянт на бирже, играющий на понижение), *level* — уровень передачи (в радиотехнике). Привычное значение слова *bond* — обязательство, залог, но в финансовых кругах это ключевое для профессионалов слово обозначает «облигации», а в строительстве — «крепление», «связка» (при кирпичной кладке). Все чаще возникают в СМИ так называемые узкоспециальные термины, имеющие ограниченную сферу распространения, бытующие в большинстве своем в среде ученых и специалистов. Например, вряд ли понятен широкой публике термин *sumoscore* — «индикатор колебаний» (в электротехнике). Как правило, термины взаимодействуют с конкретными фактами и цифрами, позволяющими аргументировать не только точку зрения автора, но и редакции, причем западные газеты, исповедующие рыночный либерализм («Файненшл Таймс», «Уолл стрит джорнел»), не знают того идейного плюрализма, который присущ российской печати. Третья особенность — это особый синтез художественного и документального, научного факта и авторского вымысла, своеволия. В таких текстах строже соблюдаются требования верифицируемости нарратива, хотя при всей близости к научному тексту журналистский материал не может претендовать на полномасштабное освещение сложных проблем.

Рассматривая научно-популярный медийный дискурс, необходимо иметь в виду и такую его особенность, как прогностика, футурологический пафос⁸. Д. Белл, Г. Кун, Э. Тоффлер, М. Маклюэн, С. Лем, У. Эко, Ж. Бодрийяр, продолжая традиции Э. Беллами, Г. Уэллса, У. Морриса, Дж. Оруэлла и др., создавали свои утопии, антиутопии и практопии в ситуации научного ускорения, что и обусловило содержание и стиль их статей. В своей концепции развития науки Элвин Тоффлер уделяет особенное внимание тенденциям демассификации производства. По его мнению, качественные изменения в техносфере и инфосфере соединились, принципиально изменив способ производства изделий. Система производства постепенно движется от традиционного массового изготовления к сложной смеси массовой и уже не массовой продукции. Тоффлер придал философский смысл проблеме научных открытий, определяющих скорость изменений в жизни всего мира, предупредив о «психологическом онемении» масс, столкнувшихся с достижениями человеческого гения⁹.

Антиутопические построения Тоффлера, предсказывающего, в частности, отрицательные последствия информационной перегрузки, могут, конечно же, оказаться еще одной «страшилкой», близкой к фантастике Р. Шекли, С. Лема, Рея Бредбери, К. Воннегута и т. п., однако очевидность уже сбывшегося, пугающая тенденция дегуманизации науки и искусства, обилие отрицательных примеров в СМК начала нового тысячелетия — все это заставляет еще раз перечитать Элвина Тоффлера, сопоставить его с другими футурологами и пытаться как-то влиять на ход событий. Его идеи перекликаются с мнениями таких выдающихся авторов НПП, как Станислав Лем, У. Эко и Жан Бодрийяр.

2. С. Лем, У. Эко и Ж. Бодрийяр как популяризаторы научных идей

Когда мы говорим о современной научно-популярной публицистике, то мы обязаны первым назвать имя польского автора Станислава Лема (12.09.1921 — 27.03.2006), который регулярно на протяжении четырех десятилетий комментировал то, что происходило в сфере науки и техники. Он был известен у нас только как писатель-фантаст, ибо в его публицистике было немало обидного для России, но после перестройки 1990-х гг. у нас появились переводы его статей из сборников «Милые времена» (1995), «Тайна китайской комнаты» (1996), «Пятна на солнце» (1997). Многие его статьи, переведенные на русский язык, были собраны в 2005 году в сборнике «Молох».¹¹ В них он выступал как философ, культуролог, футуролог, литературовед (кстати, в «Новом мире» еще в 1970 г. в № 6 печаталась его статья «Мифотворчество Томаса Манна»). В 1981—1982 годах, а затем через 20 лет, С. Лем беседовал с публицистом С. Бересем, подводя итоги пути, что привело к появлению книги «Футурологический конгресс», где в стиле гротескной, одновременно фантастической и философской эссеистики выражены главные идеи писателя и ученого, намечены перспективы развития науки и культуры, в част-

ности, робототехники, ракетостроения, компьютеров и компьютерных сетей, искусственного интеллекта, медицины. Эссе, опубликованные в 1990–2000-х годах, можно рассматривать как единый метатекст и дискурс, репрезентирующий обсуждаемую тему. Нашумевшая книга Станислава Лема — «Мегабитовая бомба» (1999) — объединила эссе писателя, посвященные проблемам информатики и компьютерных технологий, которые были созданы им по заказу журнала «PC» («Персональный компьютер»).

«Мегабитовая бомба» — метафора информационного взрыва. Уже в первом разделе сборника статей, красноречиво озаглавленном «Риск Интернета», С.Лем предупреждает наивных адептов новых технологий: прогресс противоречив! Еще в 1990-х гг. он указал на засилье англоязычной терминологии в Сети. Автор, обильно цитируя коллег, так характеризует ситуацию в разделе «Информационное перепутье»: *«То, что я собираюсь сжато изложить, — это заметки критического характера, сделанные мной по поводу статьи французского исследователя Филиппа Бретона, сотрудника Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS). Статья появилась в одном из последних номеров научно-популярного ежемесячника «Science et Vie» за 1996 год и озаглавлена «Коммуникация между Добром и Злом». Ученый сначала перечисляет чисто технологические направления, наметившиеся ныне в развитии сетевой и компьютерной информатики, а именно (как и я в уже далеком прошлом, он ссылается на выступление 1948 года доминиканца Дюбарле «Винеровская машина для управления страной» в газете «Le Monde») — представляет, с одной стороны, машины для обработки данных, «электронным отцом» которых полвека назад был ENIAC (и более скоростные компьютеры, «пережевывающие терабайтовые объемы данных»), а с другой — микрокомпьютеры, частично ведущие свое начало от «лаптопов», ныне столь ограниченных в «своем локализованном присутствии», что пользователю, собственно говоря, мало что остается помимо клавиатуры, собственно же работа обеспечивается межкомпьютерной сетью через ее «электронейроновые» узлы (серверы, процессоры, оперативные программы вызова и т. д.). Таковы «информационные крайности»: либо машины, приватизирующие централизованные данные и занятые их обработкой, либо дисперсные («рассеивающие») устройства, каналами для которых становятся сети»¹². Трудно поверить, что это писалось в 1996 году! Описывая процессы «ускорения технокоммуникационных достижений», Лем проявил редчайшую зоркость и футурологическую точность. Он указал на «анархию» общения в Сети, на интернетизацию, которая может привести не только к счастливому общению миллиардов землян, но и появлению ИНФОМОЛОХА, напоминающего оруэлловского Большого Брата. Информационная безопасность стала постоянной темой писателя-фантаста в новом столетии. Слежка за людьми волновала его давно, но он никогда не призывал остановиться и не спешить с изобретениями. Он был твердо уверен в том, что человечество «не пойдет на то, чтобы остановиться на названном инфораспутье». Другое дело, что Лем призывал не доверять технокра-*

там, не уповать на физику и робототехнику. Он так и писал по этому поводу: «В любом случае не следует доверять опытным специалистам, погрязшим с головой в гуще информационной электроники. Вернее, следует усвоить, что каждое известное нам из истории появление новой, радикальной и безграничной возможности, сулящей технологические новшества, повсюду пробуждало надежды на то, что именно этим новшествами и выпадет роль Обновителя, Возбудителя и даже Спасителя человечества, ибо им суждено полностью изменить социальные отношения и привести к совершенствованию терзаемой самой собою человеческой цивилизации. Рано или поздно слишком односторонние и слишком внезапно вспыхнувшие восторги и ожидания поблекнут, миллиардные прибыли растают. Возможно, эффективный на каком-то историческом отрезке капитализм, со своим рынком предложения, отоваривания и спроса, отлаженно впрягающий изобретательские новации в колесницу финансовых и экономических доходов, перед этой очередной “сетевой-информационной” революцией устоит и даже значительную ее часть сумеет обратить себе на пользу. Тем не менее, будет слишком односторонним, монокаузальным преувеличением провозглашать истинный Новый Век, New Age».

Иногда Лем-футуролог даже слишком осторожен. Он не верил, например, в то, что Сеть станет виртуальной родиной миллиардов пользователей. Как и в «Сумме технологий», в поздних статьях о Сети он тщательно перечисляет опасности прогресса, хотя надежд на скорый невиданный прорыв в 1960-е гг. было гораздо больше. Любопытная деталь: используя термины, Лем обязательно дает пояснение: например, монокаузальным — односторонним. Эта деталь еще раз подтверждает установку на популяризацию, хотя аудитория Лема далека от малообразованной толпы любопытствующих зевак. Его сегмент читателей, аудитория компетентных любителей науки, как правило, начинается в среде студентов и находит завершение в научных и академических кругах.

Рассмотрим еще одну цитату: «По крайней мере, три четверти, если не четыре пятых всего человечества почти целиком останутся за пределами “сетевого охвата”, и ширящийся разрыв между этим бедным и голодающим большинством и мнимым “сетевым миром” (Worldweb) явит свои масштабы — а ведь подобное разделение не должно, не может полностью разделить обитателей Земли надвое! Переработка данных не должна превращаться в монотонию развлечения и работы, яви и сновидений, мы не можем допустить, чтобы все человеческие деяния были полностью подчинены держателям информации, поскольку это означало бы либо агонию, либо конец непрерывного преобразования цивилизации многих верований, многих традиций и многих культур. Мечты “цифровых энтузиастов” — это еще не конец истории и не начало настолько новой, чтобы все ценности необъединенных культур должны были затонуть в “серфинге”, оказаться похороненными у провайдеров, а каждому индивиду стали служить серверы. Нельзя ни поглотить, ни переварить, будучи отдельной личностью, огромное

количество информации, которое человечество уже успело накопить. Скорее с известной долей скептицизма, хотя и не без некоторой осторожности, стоит присмотреться к последующим превращениям этого едва только зарождающегося монстра, каковым для наших дедов и отцов неминуемо предстала бы “эпоха господства глобальной связи” и той ее сети, что жаждет уловить нас всех до единого...»¹³.

Проанализируем стиль всех отрывков, иллюстрирующих особенности авторской манеры С. Лема-мастера слова. Тексты его далеки от газетной клишированности. Бросается в глаза их лексическая маркированность. Вот несколько ключевых лексем и выражений: коммуникации, микрокомпьютеры, развитие сетевой и компьютерной информатики, терабайтовые объемы данных, цифровые энтузиасты, «электронейроновые» узлы (серверы, процессоры, оперативные программы вызова и т. д.). Они отчетливо указывают на научность языка автора, на принадлежность ПТ к обсуждаемому виду. Автор — писатель, знающий о научном поиске, но это человек, который в то же время далек от сугубо научного целеполагания. Его цель — популярно изложить в эссеистической форме свое понимание противоречий прогресса. Тема заметок — «информационные крайности», противоречивое соединение Добра и Зла в Интернете. Защищая науку и знания в целом, автор с восторгом пишет о революционных преобразованиях. Его стиль патетичен. В то же время патетика становится алармистской, когда речь заходит об издержках. Автор убежден: слишком внезапно вспыхнувшие восторги и ожидания поблекнут. Это ключевая мысль автора, варьируемая в различных смысловых контекстах. Если брать самый широкий контекст НПП, то лемовский осторожный оптимизм и готовность быть разочарованным создают дополнительную ауру искренности и укрепляют интонационно атмосферу доверия.

Другой особенностью повествования в «Мегабитовой бомбе» следует считать разговорность слога. Доказательством тому может служить наличие просторечий бытовой метафоры, скажем, в ПТ упоминаются компьютеры, «пережевывающие терабайтовые объемы данных», «ценности необъединенных культур», которые, по мнению автора, «должны были затонуть в “серфинге”», оказаться похороненными у провайдеров». Уподобление машин животным подсудно содержит мысль о невозможности создания в Интернете разумных программ, эта проблема волновала Лема до конца его дней (Ни проблеска интеллекта. Работают они как невольники, по нашему приказу. Пусть им по силам перенести нас в райские куши “сексуального блаженства” или в “тарпейскую бездну”. Однако им не дано отличать бредни (junk mail) от серьезной информации, даже чрезвычайно важной). Иногда разговорная стихия лемовского ПТ подпитывается фразеологизмами и тропами, словами или выражениями, употребляемыми в переносном значении для создания художественного образа и достижения большей выразительности. К тропам относятся такие приемы, как эпитет, сравнение, олицетворение, метафора, метонимия, иногда к ним относят гиперболы и литоты.

Лем пишет: «Скорее я признал бы правдоподобными разговоры с коровой или жирафом без посредничества каких-либо компьютеров. Говоря простым языком, кинематографисты пудрят нам мозги». Идиоматичность языка в последнем случае коррелирует с писательской установкой на экспрессию и образность, что и отличает язык публициста от языка ученого. Иногда, словно пародируя слог науки, эссеист употребляет иронические составные термины типа «серверно-провайдерно-компьютерно-программно-дисковых» (приспособлений). Примечательно обращение автора к англоязычной терминологии, которую он обвиняет в экспансии, но без которой уже не может выразить свою идею!

Мотив похорон в связи с утратой огромных массивов знания в гигантских сетевых свалках тоже маячит на периферии авторской медитации. Он ссылается на “ядовитые” вирусы в виде микропрограмм, способных разрушать данные, разорить, “вычистить” всю информацию на жестких дисках либо единым махом (как снаряд, угодивший в цель), либо же с произвольно запланированной и установленной отсрочкой (как заряд с детонатором, установленный на “соответствующий момент”). Но зло друг другу чинят люди, и это они способны — а часто даже любят — пускать в дело, рассылать или подкладывать, по адресу или безадресно, не только взрывающиеся бомбы, но и “бомбы логические” (logic bomb)¹⁵. Данная цитата убеждает нас в том, что автора волнует не только, а порой и не столько наука, сколько ее гуманитарные аспекты и потенции. Природа человека, раскрывающаяся в диалогах об НТР, становится главным предметом философического исследования. Интернет, как и мирный атом, показал невиданные горизонты научных открытий, но и породил при этом новые угрозы. Скажем, для Лема, Эко, Бодрийара и др. уже в 1990-е гг. стала важной проблема сетевого террора. Авторские вопрошания приобретают в этом случае характер инвектив. Почему люди не берегут свой труд, вредят друг другу? Откуда берется зависть к достижениям других? Почему зло так часто торжествует? Почему человек эволюционирует медленнее, нежели наука и техника? Вот лишь некоторые вопросы, пронизывающие эссеистику Лема. Он пишет о настоящих ученых, озабоченных духовным ростом человека, но хорошо знает и о дельцах от науки, о мошенниках, зарабатывающих на квазинаучной деятельности. Врагом науки он называет бюрократа, чиновника-управленца. Однако главным героем его публицистики всегда были идеи. Идеи разные, но неизменно интересные. Конечно, в стиле Лема есть и огрехи, у него немало длиннот и мировоззренческих банальностей, часто он слишком дидактичен. И в этом он близок другому современному просветителю — итальянцу Умберто Эко, статья которого «От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст» также может иллюстрировать лучшие стороны современного научно-популярного дискурса. Как известно, Умберто Эко, выступая на экономическом факультете МГУ 20 мая 1998 г., одним из первых заявил о сосуществовании разных и нередко антагонистических культур в сфере Интернет-коммуникаций. Как и в статье, созданной

на основе московского доклада, он призвал вернуться к Гутенбергу там, где речь шла о культуре общения, о глубине человеческих отношений. Идея Эко, как и у Лема, проста: Сеть не превратит виртуальный мир в реальность, но надо не пугаться, а радоваться наступлению виртуальности, свободной от цензуры. Гипертекстуальный диск, по мнению Эко, высказанному 20 лет тому назад, скоро вытеснит книгу научного толка. Но вытеснит ли он художественную книгу? И может ли электронный носитель заменить книгу для чтения, изменить саму природу произведения для эстетического чтения? Риторические вопросы у Лема и Эко имеют общепублицистический характер. У Эко пишет скорее художественный, чем научный текст, но точнее такой ПТ называть научно-популярным. Характерен для Эко — мастера слова зачин статьи:

У Платона в конце диалога «Федр» есть такой пример: Гермес, предполагаемый изобретатель письменности, демонстрирует фараону Таммузу изобретение, которое позволит людям помнить то, что иначе пропадет в забвении. Фараон не рад и говорит: «Хитроумный Тот! Память — дивный дар, ее надо постоянно поддерживать. Из-за твоего изобретения у людей испортится память. Они будут вспоминать не благодаря внутреннему усилию, а благодаря внешней поддержке». Согласимся с этим фараоном. Письмо, как всякая новая техническая поддержка, ослабляет силу человека. Так, автомобиль вредит способности ходить. Письмо опасно, потому что ослабляет силу ума, предлагая людям окаменевшую душу, карикатуру на ум, минеральную память. Платон, конечно, иронизирует. Он приводит аргумент против письма, но вкладывает его в уста Сократа, который ничего не писал. Именно поскольку он не публиковался, Сократ потерпел поражение — в академическом плане.

В наше время никто из-за письма не волнуется по двум простым причинам. Во-первых, мы знаем, что книга — это не способ присвоить чужой ум, наоборот, книги — машины для провоцирования собственных новых мыслей, и только благодаря изобретению письма есть возможность сберечь такой шедевр спонтанной памяти, как «В поисках утраченного времени» Пруста. Во-вторых, если когда-то память тренировали, чтобы держать в ней факты, то после изобретения письма ее стали тренировать, чтобы держать в ней книги. Книжки закаляют память, а не убаюкивают ее. Фараон выразил исконный страх — страх, что новая техника отменит или разрушит нечто хорошее, плодотворное, самоценное и духовное. Фараон будто бы показал сначала на письмена, а затем на идеальный символ человеческой памяти и сказал: «Это (то есть письмена) убьет то (то есть память)».

Притча, основанная на развернутых сравнениях и художественных образах-мифологемах, полная символика и эмоционально-иронических подтекстов, позволяет автору перейти к научному анализу Интернет-коммуникации. Иносказание переходит в разговор о судьбе научных открытий, о сути НТП. Начало статьи, подчеркнем еще раз, далеко от строгой научности, но это лишь авторский прием-завлечение. Статья именно научно-популярная по структуре и

цели. Мы встречаем в ней образные сравнения, метафоры, идиомы, элементы юмора, сарказма, иронии и т. д. (напр., *книги — машины для провоцирования собственных новых мыслей, книги закаляют память, а не убаюкивают ее*). Эти стилистические явления, естественно, усиливают экспрессивно-оценочное и художественное звучание ПТ. Но это приемы раскрытия вполне научной темы. Стилиевые регистры у Эко, как и у Лема и Тоффлера, самые разнообразные. В начале цитируемого ПТ идет сказочно-художественный зачин. Но вот автор переходит к главному, и тон меняется, он становится строже: «Согласно книге Маршалла Маклюэна «Галактика Гутенберга» (1962), после изобретения печати преобладал линейный способ мышления, но с конца 60-х ему на смену пришло более глобальное восприятие — гиперцепция через образы телевидения и другие электронные средства. И если не Маклюэн, то его читатели как бы тыкали пальцем в Манхэттенскую дискотеку, потом в печатную книгу со словами: «Это убьет то». Средства массовой информации довольно скоро установили, что наша цивилизация становится *image-oriented*, ориентированной на зрительный образ, что ведет к упадку грамотности... Если одну и ту же гипертекстуальную систему дать Шекспиру и школьнику, у них будут совершенно одинаковые шансы написать «Ромео и Джульетту». Однако тексты — это не энциклопедические и не лингвистические системы. Тексты сужают бесконечные или неопределенные возможности систем и создают закрытый универсум. Гипертекстуальный роман дает нам свободу и творчество, и будем надеяться, что эти уроки творчества займут место в школе будущего. Но написанный роман «Война и мир» подводит нас не к бесконечным возможностям свободы, а к суровому закону неминуемости. Чтобы быть свободными, мы должны пройти урок жизни и смерти, и только одни книги способны передать нам это знание»¹⁸.

Размышления автора, достаточно полно процирированные выше, выражают его цель: показать перспективы развития визуальной (*image-oriented*) культуры. Действительно ли *зрительный образ ведет к упадку грамотности*? Автор заостряет антитезу «эра Гутенберга — эра Интернета», желая приобщить всех интересующихся новыми явлениями в технике, всех читателей НПП к глобальной дискуссии. Его мысли о гипертексте актуальны и сейчас, это новое явление в культуре общения, в том числе и медийного. Автор выделяет мысль о роли затекста, подтекста и широкого контекста любого высказывания, которое изначально диалогично. Подобное рассуждение ученого-семиотика, выдержанное в духе научного анализа-размышления, позволяет в ясной форме выразить не только лингвокультурологические взгляды автора, но и кредо всей гуманистической информационной культуры. **Глобализм мышления является конститутивным признаком творческого метода рассматриваемых авторов.** Как и Лем, Эко выступает на стороне прогресса, но прогресса без технократических издержек. Он ратует за доступность информации и сохранения творческой индивидуальности в эпоху конвейерного производства духовных ценностей.

Знаменитый французский философ и социолог **Жан Бодрийяр**, по мнению критиков, является подлинным «медиагуром», он известен как один из самых видных теоретиков периода Постмодерна. Но он известен также и как публицист, много сделавший для популяризации своих и чужих взглядов, для понимания эпохи широкими слоями грамотных людей. В частности, он в публицистической книге «Америка» (1986) глубоко проанализировал американский образ жизни, базирующийся на «кажимостях» и виртуальных событиях. В беллетризованном социологическом по духу ПТ, как и в научно-популярном очерке «Общество потребления», Бодрийяр пишет о противоречиях общества изобилия, которое построили для себя элитные слои США и Европы. Он выделяет в своей культурософской публицистике два вида потребления: естественное (традиционное) и знаковое (характерное для современного общества потребления). Он описывает Америку как страну, где потребление стало не только привычкой, но долгом, гражданской обязанностью, а иногда и доблестью, над чем автор-философ потешается, рисуя США как дурную копию Англии: *«Америка — не сновидение, не реальность, Америка — гиперреальность. Она гиперреальна, поскольку представляет собой утопию, которая с самого начала переживает как воплощенная. Все здесь погружает вас в грезу. Возможно, истина Америки может открыться только европейцу, поскольку он один в состоянии найти здесь совершенный симулякр, симулякр имманентности и материального воплощения всех ценностей»*¹⁹.

Постмодернистская чувствительность помогает автору взглянуть на мир по-новому. Просторы Юты и Невады («desert forever!») представляются Бодрийяру воплощенной утопией, и он задает роковой вопрос: «What are you doing after the orgy? (что будем делать после оргии?)». Что делать, когда все доступно: еда, вещи, секс, творчество? Отсутствие мотивации к ежедневному труду для многих зажиточных американцев становится драмой: «Вот в чем проблема Америки, которую унаследовал весь остальной мир»²⁰, — пишет автор «Америки». Мир постмодерна рисуется как мир глянца и развлекательного ТВ. Разгул Лас-Вегаса («огромной шлюхи на другом конце пустыни»), симметрия Солт-Лейк-Сити (здесь «противоположности застыли в вечной схватке, осталась лишь мертвый фотоснимок туриста») и многие другие впечатления Бодрийяр нанизывает на свою композиционную нить, созданную на основе теории симуляции. О ней необходимо сказать подробнее.

Как и культуролог Ги Дебор, Бодрийяр увидел в нашем мире «общество спектакля», в котором, говоря словами Э. Фромма, «иметь» важнее, чем «быть». В этом обществе масс-медиа стали новым фольклором, объединяющим массы рассеянных по свету потребителей, а журналист стал создателем мифов, в которых правда жизни сливается с домыслами, предрассудками, фантазиями, пропагандой, пиаром, грубой ложью. При всей образности мышления Бодрийяр — серьезный ученый, пишущий и для узкого круга специалистов, и для масс.

Научно-популярный дискурс французских авторов всегда отличался философичностью. Читая Ги Дебора, Ж. Лакана, М. Фуко, Ж. Делеза и др., легко увидеть установку на отказ от стандартного философствования, склонность к анализу неклассических и постклассических вопросов, скажем, роль сексуальных перверсий в современной культуре. Велика заслуга французских постструктуралистов в создании методик анализа современных текстов (см. кн.: «Французская семиотика. От структурализма к постструктурализму». — М., 2000, а также: «Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса». — М., 1999). Ж. Бодрийяр, сочетая в своей творческой деятельности писательское воображение и научную глубину анализа, дал образцы НПП, тематика которой коренится в коммуникативистике, науке о специфике человеческого общения. Наиболее полно его воззрения представлены в работах «Система вещей» (1968), «К критике политической экономии знака» (1972), «Зеркало производства» (1975), «Символический обмен и смерть» (1976), «В тени молчаливого большинства» (1978), «О возвращении» (1979), «Симулякры и симуляции» (1981), «Фатальные стратегии» (1983), «Экстаз коммуникации» (1987), «Прозрачность Зла» (1990), «Год 2000 может не наступить» и др.

Особо важен для нас «Реквием по масс-медиа», где философ обвинил СМИ в искажении реальности и деформации социального диалога²¹. Важнейшей составляющей построений Бодрийяра как теоретика масс-медиа можно считать его алармистские представления о медийных событиях. Эти события тяготеют к симуляции, к копированию квазифактов, симулякров. Ж. Бодрийяр, опираясь на терминологию Ж. Делеза, Ж. Деррида и др. мыслителей эпохи постмодерна, полагал, что сегодня симулякр, образ-копия превращается в условие производства Событий, в самодостаточный источник новостей. Не событие важно, а то, как его представят масс-медиа. Он призывал изучать огромное поле псевдособытий (симулякров), которое «подлежит серьезному анализу со стороны философов... иначе за нас это сделают другие». Как пишет Жан Бодрийяр: «Если симулякр столь хорошо симулирует реальность, что начинает эффективно ее регулировать, то ведь тогда, по отношению к такому симулякру, уже сам человек становится абстракцией!» Не жизнь, а спектакль. Переключка с Дебором налицо!

Как отметил философ-постмодернист Ж. Делез, симулякры — это конструкции, «включающие угол зрения наблюдателя так, что в любой точке, где находится этот наблюдатель, воспроизводится иллюзия...». Ж. Бодрийяр в «Реквиеме по масс-медиа» указал на небывалый уровень опосредования опыта людей средствами массовой коммуникации. Народ верит СМИ. Несмотря на очевидную иррациональность этой веры. Он любит по указке СМИ Сталиных, Питлеров... Симулякр в СМИ, как полагали коммуникативисты второй половины XX века, идущие за Бодрийяром, ведет часто к прямой и вредной лжи. Знаковая природа масс-медиа, о которой много сказали французские структуралисты и постструктуралисты конца XX в., в эпоху глобальных сближений культур

оказалась к месту в ходе межкультурных взаимодействий, которые нельзя помыслить без упрощающего моделирования коммуникативных актов. Симулякры как копии копий порой, очень редко, но все же, помогают абстрагироваться от пугающего многообразия фактов и событий.

Социокультурная тематика занимает достойное место в трудах философа Бодрийара и в его популярных статьях. Он, заявив, что в культуре «слишком много информации и слишком мало смысла», констатировал перенасыщение современной жизни и особенно СМИ необязательными сведениями, «шумом», симулякрами, которые «берут верх над историей». Последние «ликвидируют нас вместе с историей», т. к. симулякр — это знак без означаемого, знак за которым ничего не стоит, кроме сотворенной им же реальности, которая не что иное, как «гиперреальность» (Ж. Деррида), т. е. реальность, лишенная глубины, некая поверхность, дающая выхолощенную, но привлекательную картинку действительности, т. к. представленное на ней изображение идеализирует, «раскрашивает» нашу каждодневную тусклую или жестокую реальность.

Ж. Бодрийар в своей статье «Забастовка событий» (1992) говорил, как и Ф. Фукуяма, о конце истории, который связан с тем, что в ней «нет больше места для События, которое прежде создавало собственную сцену действия, само выбирало актеров, и толковалось при этом не случайным стечением обстоятельств, но провидением, и поэтому было окружено своего рода аурой, которая вызывала веру и благоговение из поколения в поколение»²⁴. События для многих неискушенных потребителей — это «соблазн», способ сделать собственную скромную жизнь богаче и ярче. Ученый пояснял это так: «Имманентная сила соблазна — все и вся отторгнуть, отклонить от истины и вернуть в игру, чистую игру видимостей, и моментально переиграть и опрокинуть все системы смысла и власти; заставить видимости вращаться вокруг себя самих...»²⁵ И еще цитата: «Экспонента нарождающихся знаний такова, что фрагментарное восприятие информации становится нормой. В этих условиях постмодернистский «гипертекст/интертекст», порождающий часто «клипоподобное», рассеянное инфопотребление, соответствует логике развития «информационного общества», не знающего границ, цензуры, неграмотности, конкуренции раннего капитализма»²⁶.

Шестого ноября 2001 года в газете «Ле монд» Бодрийар опубликовал статью, которую можно было бы считать обычной социально-политической статьей, если бы не цель автора — проанализировать природу терроризма с позиций философа. Статья «Дух терроризма», в которой тема, естественно, определена историческим событием 11 сентября 2001 года, начинается эпически спокойно, автор неспешно и весьма подробно объясняет важность анализируемых проблем:

Мы постоянно сталкиваемся с событиями мирового значения: от смерти леди Дианы до Чемпионата мира по футболу, или же с событиями реальными и жестокими, такими как война и геноцид. Но не было ни одного символического события мирового значе-

ния, причем не только ставшего известным всем, но такого события, которое обрекло бы на неудачу саму глобализацию. Стагнация, продолжавшаяся в течение всех 1990-х годов, была настоящей «забастовкой событий» (по выражению аргентинского писателя Маседонио Фернандеса (Macedonio Fernandez). Теперь забастовка окончена. События перестали бастовать. В случае с терактами в Нью-Йоркском Торговом центре мы имеем дело с событием абсолютным, настоящей «матерью» событий, событием в чистом виде, которое концентрирует в себе все другие события, которые никогда еще не происходили»²⁸.

Итак, тема научно-популярной статьи — политические события в свете страшного преступления террористов. Сейчас это далеко не новая тема, ее обсуждение стало обязательным пунктом любой повестки дня в СМИ. Для того времени, когда писалась статья, здания Торгового Центра были символом западного бизнеса, знаковым комплексом (*башни-близнецы Всемирного Торгового центра олицетворяли этот порядок в совершенной форме*). Аналогично и покушение на эти здания рассматривается как символ столкновения цивилизаций, как начало войны суперэтносов. Бодрийар «по-научному», т. е. предельно последовательно и аргументированно анализирует саму природу сверхсобытий, расставляющих вехи в истории. XX век был свидетелем мировых войн, революций, покорения космоса, краха социалистической мировой системы, окончания «холодной войны». Новый век увидел лик терроризма как опаснейшего фактора новейшей истории, стоящей у порога очередного Взрыва. Это новая мировая война, включающая в свой ресурс информационную составляющую. Бодрийар анализирует природу страшного явления, ориентируясь на рядового читателя, но некоторые аргументы мыслителя требуют определенных умственных усилий и научной подготовки. Он уже в первой части статьи — и это намеренный композиционный прием — делает первый предварительный вывод: «*Ход исторического процесса и развитие отношений власти потрясены до основания, так же как нарушены условия возможного анализа*». Другими словами, автор видит в Событии некую фатальную силу, вызывающую в памяти народов такие катаклизмы, как Хиросима, Холокост, Чернобыль. Реальные события приобретают символично-метафорическую окраску. Реальность сплавляется с мифом. Появляется мотив сна, грезы: «*То, что мы словно бы видели во сне это событие, что весь мир словно бы грезил им, — потому что никто не может не мечтать о разрушении могущества, ставшего до такой степени гегемонным, — вещь абсолютно неприемлемая для западного сознания морали, но являющаяся неоспоримым фактом, что выражается в патетической жестокости всех дискурсов, в которых хотя бы избежать самой этой мысли*»²⁹. Как видим, Бодрийар анализирует одновременно и Событие, и его восприятие. Особенности рецепции и понимания всегда волнуют коммуникативистов, и Бодрийар строит свою концепцию События не только на материале теракта. Его мысль отходит от политических реалий в сторону когнитивных процедур понимания этих реалий. *Что*

же такое реальное событие, когда реальность пронизана образами, фикциями, виртуальностью? В данном случае можно говорить (с некоторым облегчением, возможно) о вновь возникшей реальности, и реальной жестокости в предположительно виртуальном универсуме. «Конец всем виртуальным историям, это — реальная история!». В то же время, можно видеть в этом объявление о конце истории. Но превосходит ли реальность фикцию? Если кажется, что да, то потому, что забирает у нее энергию, что сама реальность становится фикцией. Можно даже сказать, что реальность ревнует к фикции, что она завидует образам. Между ними как бы происходит дуэль, результат которой непредсказуем. Художественно-образные ресурсы ПТ Бодрийара таковы, что его тексты звучат символически, передавая архитипические особенности поведения человека в экстремальной ситуации. К. Юнг писал о символизации в дискурсах: «Природе символа свойственно соединять противоположное; так он соединяет противоположность реально-ирреального, будучи, с одной стороны, психологической реальностью... он, с другой стороны, не соответствует физической реальности. Символ есть факт и все-таки видимость»³⁰. Интерес публициста к диалектике видимого и реального, кажущегося и подлинного, осязаемого в большинстве его работ, непосредственно влияет на стиль его НПП.

Небывалый успех терактов ставит не только политическую проблему, и чтобы ее понять, чтобы увидеть, что происходит в головах террористов и в их организации, нужно избавиться, согласно Бодрийару, «от наших западных воззрений». Автор прибегает к парадоксам, чтобы привлечь внимание читателя к скрытым подтекстам темы: «В пределе, они это сделали, но мы этого хотели. Если не отдавать себе в этом отчета, то событие теряет все свое символическое значение, и превращается в чистую случайность, становится совершенно произвольным действием, убийственной фантазмагорией нескольких фанатиков, которых достаточно только уничтожить. Но мы-то знаем, что это не так. Весь бред, изгнание сил зла — не что иное, как лекарство от страха, и возникает он потому, что в нас присутствует этот мрачный объект желания. Без нашей глубокой сопричастности событие никогда не вызвало бы такой реакции; несомненно, символическая стратегия террористов была рассчитана на наше молчаливое согласие».

Конечно, с таким поворотом мысли Бодрийара можно и не согласиться. Не все давали согласие на такой ответ обездоленных представителей третьего мира. Ведь обездоленные и эксплуатируемые, к которым мировой порядок обращен своей худшей стороной, могут выразить свой протест иначе, а ненависть к господствующей мировой силе в лице США не должна нести смерть невинным людям. Терроризм аморален. Это для автора аксиома, но он пытается понять логику оппонентов, приводя доводы экстремистов. Он вслед за ними обвиняет Запад в заносчивости, в эгоизме и атеизме. Он клеймит жадные глобальные корпорации. Он детально классифицирует пороки культуры, не создавшей механизмов толерантности. Но... Терроризм аморален. Другое дело, что уроки надо извлекать

иные, чем те, о которых писала американская пресса. Модальность повествования такова, что мы испытываем неприязнь и к террористам, и к их жертвам, если под жертвами подразумевать Запад как систему ценностей. Социологический анализ Бодрийара идет гораздо дальше стандартных решений:

Какой путь, кроме террористического, можно было избрать для изменения положения вещей в ситуации монополизации мировой власти, в ситуации столь замечательного сосредоточения всех функций в руках технократической машинерии и при полном единомыслии? Система сама создала объективные условия для нанесения удара по себе. Она дала все карты в руки Другого, чтобы он изменил правила игры. И новые правила будут жестокие, потому что ставка жестока. Система, находящаяся в безвыходном положении от избытка власти в ней, бросила вызов, на который террористы ответили действием, определившим новую ситуацию, что было неизбежно. Терроризм — акт восстановления единичности, которая не устраняется до конца в системе общего обмена. Все проявления единичного (виды, индивиды, культуры), которые заплатили смертью за установление мирового торгового оборота, управляемого одной властью, сегодня мстят за себя с помощью террористического трансферта.

Образ террористического трансферта лучше понимается в контексте международного противостояния Юга и Севера планеты. Установившийся мировой порядок несправедлив и не вечен — вот итоговый постулат! Как видим, Бодрийар далек от оптимизма, не видит быстрого решения проблемы, но его метафоры помогают уяснить суть терроризма. Образ террористического фантазма, который словно бы заговаривают, «как ячмень», утопив его в спецэффектах, автор уподобляет порнографии, низменному инстинкту извращенного удовольствия, в основе которого лежит мысль о смерти. Падение башен Всемирного Торгового Центра, по мысли автора, «нельзя себе вообразить», документальные кадры обошли весь мир, событие самоочевидно, но это еще не делает его «реальным событием». Другая метафора — компьютерный терроризм, о котором автор тоже пишет с отвращением: тот факт, что «вирус I love you, который облетел весь мир, опустошив целые сети», не принес особых дивидендов его создателю, позволяет сравнивать хакеров с самоубийцами, направившими самолеты на башни-близнецы. Терроризм — повсюду, подобно вирусу, он проник везде, по мысли философа, он следует как тень за системой господства, всегда готовый выйти из тени, подобно двойному агенту. Больше нет демаркационной линии, которая позволяла бы его обозначить, терроризм находится в самом сердце культуры, которая против него сражается, и видимый разрыв и ненависть, которую обращают к миру эксплуатируемые и подчиненные Западу, тайно соединяется с внутренним разломом в системе господства... В традиционном универсуме было установлено равновесие между добром и злом, основанное на диалектическом отношении, которым подтверждались поскольку постольку напряжение и баланс универсума морали, почти как во время холодной войны противостояние

двух сил обеспечивало равновесие страха. Следовательно, нет превосходства одного над другим. Баланс нарушился с начала тотальной экстраполяции Добра (гегемония позитивного над любой формой негативного, исключение смерти и любой противостоящей силы — триумф ценностей Добра по всему фронту). Начиная с этого момента, баланс нарушился, и как если бы Зло приняло форму невидимой автономии, его развитие шло по экспоненте. Террористическая гипотеза, по Бодрийару, состоит в том, что система должна убить себя в ответ на ряд смертей-вызовов. Антитеза «терроризм-демократия» при этом не равна антитезе «зло-добро», ибо терроризм-смерть все же не синоним чистого зла, ибо в нем есть протест против демократии как зла. Поскольку ни система, ни власть сами не могут избежать зла, и это единственный шанс для отчаявшихся их разрушить. В этом головокружительном цикле невозможного обмена Смерти, смерть террориста бесконечно мала, но она создает вакуум, производит конвекцию в огромных размерах. Вокруг этой малой точки, точки реальности и власти, вся система сгущает, собирает все свои силы. Следовательно, сделана ставка на смерть, причем не на нашествие смерти в прямом смысле в реальном времени, но на пришествие смерти более чем реальной: символической и сакральной — то есть абсолютного и бесповоротного события. В этом и заключается дух терроризма. Другими словами, смерть террориста — это символ самопожертвования ради дурной идеи, выдаваемой за благо. Мотив смерти звучит в удаленном медийном контексте, ведь без СМИ нет паблисити, а без резонанса нет и События. Другое достижение терроризма состоит в том, что он может принимать любые формы насилия и нарушения порядка: в распоряжении Бен Ладена (Ben Laden) — информационный терроризм, биологический терроризм, средства устрашения. Он может записать в свой актив даже природные катаклизмы. Ему на руку использование всех способов дезорганизации и незаконного оборота. Структура мирового обмена идет на пользу обмену невозможного. Терроризм подобен автоматическому письму, которое подпитывается невольным участием СМИ. Как следствие — панический страх. Так, в случае с сибирской язвой, заражение возникает химическим путем от простого контакта между молекулами. Система достигла критической массы и стала уязвимой для любой агрессии.

И финальные размышления Бодрийара, возвращая читателя к зачину статьи, образуют композиционное кольцо, создаваемое эссеистической авторской интенцией, связанной с жизнью и смертью как мотивными блоками. Автор еще раз призывает всех понять закономерность эволюции терроризма от случайных отчаянных актов к тотальной войне систем:

Такая эффективность терактов требует от нас максимальной расчетливости, рациональности, о которой мы не могли даже подумать, что другие ей обладают. И даже в этом случае, как и в любой организации, основанной на рациональности, будь то секретная служба или что-нибудь еще, всегда возможны упущения и просчеты. Секрет их успеха в следующем: в отличие от

наших организаций, террористы работают не по контракту, но заключают некий пакт по выполнению своего священного долга. Выполнение этого долга надежно защищено от предательства и коррупции любого вида. Чудо в том, что им удается адаптироваться в мировой сети, выполнить техническое задание, не теряя связи с жизнью и смертью. В противоположность контракту, пакт не связывает между собой индивидов, — даже в самоубийстве нет ничего личного, никакого «героизма», это коллективное и сакральное действие, совершаемое по требованию идеи. И сопряжение двух составляющих — рабочей структуры и символического пакта, сделало возможным осуществление акта такого масштаба.

Выводы автора глубоки и актуальны сегодня: терроризм — это коллективное и сакральное действие, совершаемое по требованию идеи, террористы работают не по контракту. А это значит, что охота за мифическими Бен Ладенами не даст нужного эффекта. Смерть шахида является подвигом в глазах миллионов сограждан, вот одна из причин живучести явления. Массы людей стоят за актами самоубийства ради идеи. Массы — это сила, не учитывать эту банальность нельзя. И решение проблемы не в бою, а в переговорах и совместных усилиях народов. Патетика заключения статьи гармонирует с основным тоном повествования, зависящим от проблематики ПТ. Интонация потрясенного автора уравнивается тональностью аналитика, видящего пороки Запада и слепоту Востока. Диалог культур только начинается, и нельзя сделать терроризм преградой, барьером в межкультурной коммуникации.

Любопытно, что проблема терроризма перекликается у Бодрийара с проблемой масс. Говоря о массах в книге «В тени молчаливого большинства, или Конец социального», Бодрийар в чем-то согласен с немецкой исследовательницей Э. Ноэль-Нойман. Он начинает свои размышления в духе Ф. Ницше и Г. Лебона:

Все хаотическое скопление социального вращается вокруг этого пористого объекта, этой одновременно непроницаемой и прозрачной реальности, этого ничто — вокруг масс. Магический хрустальный шар статистики, они, наподобие материи и природных стихий, «пронизаны токами и течениями». Именно так, по меньшей мере, мы их себе представляем. Они могут быть «намагничены» — социальное окружает их, выступая в качестве статического электричества, но большую часть времени они образуют «массу» в прямом значении слова, иначе говоря, все электричество социального и политического они поглощают и нейтрализуют безвозвратно.

Центральным маркером отрывка следует считать метафорическое уподобление масс намагниченным опилкам в силовом поле статического электричества. Автор оставляет без подробного ответа вопрос о природе «магнита», но его фраза и без того глубока сама по себе: «Они могут быть «намагничены» — социальное окружает их, выступая в качестве статического электричества». Бодрийар, образно воссоздавая дух массы как толпы импульсивных людей, жаждущих найти вожаков и сотворить что-то в истории, болает

душой за состояние общественного сознания. Как и Нойман, он жаждет просветить массы. Но он, если обратить внимание на поэтику текста, более мыслит художественными образами (образы-символы пористого объекта, глагольная метафора «намагничен»). Его стиль и письмо скорее можно отнести к интеллектуальной прозе и модной философской литературе, нежели чем к академической манере. Он, например, часто пользуется образами астрофизики. Здесь и имплозия – взрыв «внутри», и падение в самих себя, которыми обычно описываются черные дыры. И даже бесследное исчезновение информации в сингулярностях. Многие Бодрийяр заимствовал из математики, физики, структуралистской антропологии. Эмблематика его эссе порождена эпохой НТР, но очевидна и связь с Г. Уэллсом, С. Московичи и другими популяризаторами науки.

Появление молчаливого большинства нужно рассматривать, по его мнению, в рамках целостного процесса исторического сопротивления социальному. «Бесконечные морализаторские призывы к информированию: гарантировать массам высокую степень осведомленности, обеспечить им полноценную социализацию, повысить их культурный уровень и т.д. – диктуются исключительно логикой производства здравого смысла. В этих призывах, однако, нет никакого толка – рациональная коммуникация и массы несовместимы. Массам преподносят смысл, а они жаждут зрелища. Массы – это те, кто ослеплен игрой символов и поработан стереотипами, это те, кто воспримет все, что угодно, лишь бы это оказалось зрелищным. Не приемлют массы лишь «диалектику смысла», – писал Ж. Бодрийяр, отсылая нас к образности книги Дебора. Трансформация людей в зрителей коренным образом изменяет их психологию и мировосприятие. Индивид под влиянием царящего вокруг него спектакля, беспрестанного круговорота образов и бесконечной сменяемости событий сам абстрагируется от реального мира и принимает абстрактную по отношению к нему роль. Он не только становится зрителем, но и ощущает себя им – посторонним наблюдателем отчужденно созерцаемой им жизни. Человеку все еще кажется, что он живет, на самом деле он только смотрит бесконечную пьесу о том, как живут и действуют другие, но и они не живут, а лишь имитируют жизнь. Они не являются ни хорошими проводниками политического, ни хорошими проводниками социального, ни хорошими проводниками смысла вообще. Все их пронизывает, все их намагничивает, но все здесь и рассеивается, не оставляя никаких следов. И призыв к массам, в сущности, всегда остается без ответа. Они не излучают, а, напротив, поглощают все излучение периферических созвездий Государства, Истории, Культуры, Смысла.

Но, по мнению Бодрийяра, человек толпы «зритель» не только абстрагирован от окружающего мира, он еще и пассивен. Иногда агрессивно пассивен, решительно настроен против дидактики. Тот, кто занят постоянным созерцанием, «телеЕдением», перестает действовать. Он больше не живет, а лишь

симулирует жизнь. Все свои чувства, страсти, эмоции и фантазии он проецирует и переживает на предлагаемых ему мнимостях иллюзорного мира, которые материализуются, обретая в его сознании реальные черты. Блестящая характеристика массы как творца истории, но творца молчаливого и неререфлексирующего, поражает глубиной проникновения в суть социологической проблемы, о которой по-разному писали и Маркс, и В. Дильтей, и Ницше, и Лебон, и многие другие. Бодрийяр может ошибаться, но сами его ошибки интересны:

Молчание массы подобно молчанию животных, более того, оно ничем не

отличается от последнего. Бесполезно подвергать массу интенсивному допросу (а непрерывное воздействие, которое на нее обрушивается, натиск информации, который она вынуждена выдерживать, равносильны испытаниям, выпадающим на долю подопытных животных в лабораториях) – она не скажет ни того, где для нее – на стороне левых или на стороне правых – истина, ни того, на что она – на освободительную революцию или на подавление – ориентирована. Масса обходится без истины и без мотива. Для нее это совершенно пустые слова. Она вообще не нуждается ни в сознании, ни в бессознательном. Такое молчание невыносимо. Оно является неизвестным политическим уравнением, аннулирующим любые политические уравнения.

Уподобление массы животным, конечно же, нуждается в корректировке, но в то же время, бесспорно, зерно истины есть и тут. Особенно стоит обратить внимание на гневные филиппики автора в адрес СМИ. Он видит в них источник дезинформации и социального диалога-симулякра. Вывод автора в этой части статьи мрачен:

«Какое бы ни было происходящее на экране фантастическое событие, зритель становится его очевидцем и как бы соучастником. Поэтому, понимая сознанием ирреальность происходящего, эмоционально он относится к нему, как к подлинному событию... И ничто из этого не рождает никакой ответственности. Сознательными участниками политического или исторического процесса массы не становятся ни на минуту. Они вошли когда-то в политику и историю только с тем, чтобы дать себя уничтожить, то есть будучи как раз абсолютно безответственными. Здесь нет бегства от политического – это следствие неприемлимого антагонизма между классом (возможно, кастой), несущим социальное, политическое, культуру, властвующим над временем и историей, и всем тем, что осталось – бесформенной, находящейся вне сферы смысла массой»³¹.

Обвиняя ТВ в духовной наркотизации масс, Бодрийяр далек от патетики, он в своих работах чаще улыбается, чем плачет. И это тоже принцип, а не случайность. Да, массы развращены элитой и заражены вирусом тележвачки. Народ оказался публикой. Но это не трагедия, нужны усилия по просвещению и активизации общественного мнения, по формированию гражданского общества. Для России такие мысли актуальны!

Подведем итоги.

1. Глобализация, унифицирующая культуры, привела к возникновению единой мировой науки, к хаотическому спонтанному научному поиску, отражающему законы непрерывных изменений, причем темп этих изменений таков, что без фантазии и воображения художников тут не обойтись. НПП выполняет в этом случае функцию не просто пояснения, а перетолкования научных фактов.

2. Большинство текстов НПП всегда демонстрировали косвенный или имплицитный характер воздействия, а также сочетание прямого и косвенного способов воздействия, которое в большинстве случаев принимало форму косвенных речевых актов. Отсюда – то усложнение языка журналистских текстов, появление новых и новых специализированных и научно-популярных изданий, язык которых не назовешь развлекательно-доступным. Рост числа специализированных изданий отразил и кое-где ускорил сам процесс накопления научной информации.

3. Таким образом, научно-технический прогресс, изменяя структуру масс-медиа, делает их в лучшем варианте проводником передового знания, а в худшем – каналом дезинформации. Наука сама по себе ни хороша, ни плоха, но если она неадекватна, то успокаивает одно: лучшего пока у людей нет, поэтому миссия НПП проста – просвещение и активизация научного поиска.

4. Научно-популярная публицистика в СМИ – это прежде всего публицистика социологическая, социокультурная. За исключением Лема, Бодрийара и т.п. авторов, озабоченных состоянием дел на планете, многие журналисты, в частности публицисты-постмодернисты второго ряда, мало рассуждают о сугубо научных и значимых делах. Научно-популярная публицистика, набирающая обороты в XX веке, не могла быть элементарной и клишированной. Спрос на документальность определил и эволюцию публицистического текста как продукта культуры постиндустриального информационного (а по М. Кастельсу, *информационального*) общества. «Факт» не уступил и не мог уступить позиции «мнению» и образной интерпретации событий – такова еще одна тенденция развития мировой публицистики.

г. Воронеж

Примечания

1. См.: Bohman J. Expanding dialogue: the Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy // After Habermas. New perspectives in the public sphere/Ed. N. Crossley and J. M. Roberts Oxf. UP, 2004. – 186 p.

2. Начиная с 1994 г. каждые два года ЮНЕСКО издает Всемирный доклад по науке, содержащий аналитические статьи ведущих ученых с мировым именем по наиболее акту-

альным проблемам развития современной науки. В 1999 году издан первый Всемирный доклад по социальным наукам. Доклады представляют собой единственное подобного рода издание, содержащее всеобъемлющую достоверную информацию и статистику, относящуюся к сфере науки.

3. Кардонский С. Кризисы науки и научная мифология. http://www.strana-oz.ru/numbers/2002_07/2002_07.

4. <http://lib.rus.ec/b/32458/read#t14>.

5. Лем С. «Summa technologiae». Москва : Текст, 1996.

6. Scientific American. – 2010. – № 2. – P. 49.

7. Футурология как наука и прогностическая деятельность, конечно же, влияет на развитие масс-медиа. Не всегда ее результаты использовались людьми на благо всем, но читались прогностические произведения, особенно фантастические, всегда с удовольствием. В 1968 г. по предложению доктора Аурелио Печчеи был образован Римский Клуб и прогностическая Комиссия, курируемая ООН. В работе комиссии, возглавляемой социологом Даниэлем Беллом, принял участие известный футуролог, директор Гудзоновского института социологии Герман Кан. Американские ученые-футурологи и журналисты (З. Бжезинский, Дж. Гербнер, Э. Тоффлер) предсказали появление всеобщей цивилизации потребления, глобального «информационно-общества».

8. Тоффлер О. Третья волна. – М., 2002. – С. 200-201.

9. Лем С. Молох. М. : АСТ, 2005. – 781 с.

10. Лем С. Молох... С. 428.

11. Там же.

12. Там же. – С. 435.

13. Там же.

14. Там же. – С. 470.

15. <http://www.philosophy.ru/library/eco/internet.html>.

16. Бодрийар Ж. Америка. СПб. : Амфора, 2000. – С. 34.

17. Там же. – С. 35.

18. Бодрийар Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. – М. : Институт экспериментальной социологии, СПб. : Алетея, 1999.

19. Там же.

20. См.: Делёз Ж. Логика смысла <http://www.philosophy.ru/library/deleuze/logic.html>.

21. См.: П. Рикер и Ж. Бодрийар на философском факультете // Мысль. Ежегодник Петербургской Ассоциации филологов. СПб., 1997. – Вып. 1. – С. 181.

22. Там же.

23. Там же.

24. Бодрийар Ж. Фрагменты из книги «О соблазне» // «Иностранная литература». 1994. № 1. – С. 62.

25. Там же.

26. <http://www.inosmi.ru/untitled/20011106/142061.html>.

27. Там же.

28. Там же.

29. Бодрийар Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург. 2000.

30. Бодрийар Ж. Ук. Соч. – С. 37. <http://www.computerra.ru/think/313095>.

31. Baudrillard, Simulacres et simulation, p. 10.



О. Фурдей

Уроки публицистического мастерства и обретения истины в социально-философской публицистике Ф. Степуна

Творческое наследие известного философа русского зарубежья Федора Августовича Степуна (1884–1965) представляет интерес не только с точки зрения взаимовлияний западноевропейской и российской научной мысли, но и в контексте истории и теории журналистики.

Высланный в 1922 году из Советской России на печально известном «философском пароходе», в эмиграции Ф. Степун входит в круг «русских европейцев», продолжавших за рубежом наблюдать и осмысливать случившееся. Чтобы наполнить данное словосочетание изначально вкладываемым в него смыслом, необходимо принять во внимание комментарий А.В. Штаммлера: это «определение, в котором прилагательное столь же важно, как и существительное»¹.

Знакомство с очерками и статьями культурно-исторического и социально-политического содержания, мемуарной книгой «Бывшее и несбывшееся», текстами, посвященными проблемам театра, кино и литературы, с журналом «Новый град», к которому он имел прямое отношение, дает полное представление о личности и творчестве этого умного и образованного человека, защищавшего идеалы свободной творческой личности вначале перед лицом социализма, затем — фашизма.

«Русские европейцы» в отличие от других соотечественников, оказавшись в эмиграции, четко осознали два обстоятельства: во-первых, во всем, что случилось с Россией, винить необходимо только себя самих, а во-вторых, всегда следует принимать во внимание сопричастность российских катаклизмов общеевропейским.

По мнению В.К. Кантора, именно «самоанализ национальной специфики и понимание общеевропейского контекста» придает социально-философской публицистике Ф. Степуна эвристическую силу, побуждающую к дальнейшим размышлениям².

Очевидно, что именно в этом виделось им значение собственной миссии.

В одном из писем, адресованных Г. Федотову, Ф. Степун уточнит общую для «русских европейцев» позицию: «Я давно думаю и утверждаю, что нашим реальным эмигрантским делом и подвигом может быть только культурное творчество, одновременно традиционно упроченное и пророчески к будущему обращенное»³.

Какие уроки будущему содержат в себе публицистические тексты мыслителя, внимательное изучение которого только начинается? Есть, наверное, какой-то смысл в том, что идеи Ф. Степуна и других «русских европейцев» возвращаются на родину на рубеже XX и XXI столетий⁴.

Продолжая в эмиграции воссоздавать и анализировать свои дореволюционные мысли и поступки, Ф. Степун демонстрирует прекрасное философское образование, полученное до революции в Германии, культуру мысли.

Атмосфера эпохи серебряного века, воссозданная и прокомментированная философом и социологом, имеющим опыт политической, издательской и военной деятельности, в очерковой книге «Бывшее и несбывшееся», хотя и может играть роль эталона, с которым интересно сверять картины, оставленные тонкими эстетам и поэтами, явилась всего лишь побочным результатом.

Главная тема, которая более всего волнует автора, отражена в ее названии и заключается в анализе социально-психологического среза жизни своих современников. Вспомним, что Степун был одним из авторов сборника «Освальд Шпенглер и Закат Европы» (1922). Теоретически (философски) тема кризиса духовной культуры — это его тема. Но опытное обретение ощущения, что человеческая жизнь имеет духовное измерение, которое не менее реально и объективно, чем эмпирическое — это что-то другое, например, жизненная трагедия, а не научная теорема.

Внеся свой вклад в создание панорамы русского духовного «ренессанса» рубежа двух столетий — XIX и XX — Ф. Степун четко обозначил главную проблему, которая привела к революции: «сочетание безбожия и религиозной стилистики».

Жизнь поставила их в ситуацию, которая побуждала к острому переживанию фундаментальных ценностей бытия, обостряла способность к самоанализу и стремление жить в согласии с универсальными законами, таким образом, выведя на духовный уровень осмысления действительности. Однако навык преодоления этого «сочетания» на уровне собственной жизни (переход из области философии и социологии в сферу антропологии) давался с большим трудом и не всем.

В нашу задачу и компетенцию не входит рассмотрение характера взаимоотношений Ф. Степуна с Богом, приведем точку зрения Л. Зандера, высказанную им в статье «О. Ф.А. Степун и о некоторых его книгах». Он полагал, что Степун воспринимал православие как одну из форм вселенского христианства: «С некоторым приближением можно сказать, что православие является для него «вероисповеданием», а не «Церковью». А Церковь — шире вероисповедания. В этом смысле он остается верным заветам Вл. Соловьева, который всегда боролся против провинциализма «греко-российства» и в своем искании вселенского

христианства предвосхитил современные движения «экуменизма»⁵.

В трудных с духовной точки зрения ситуациях, требовавших интуиции другого рода, философ становится социологом и занимается поиском метафизических оснований демократии. Трудно переоценить значение открытия, сделанного «русскими европейцами» в этой области — демократия немыслима без христианской основы — как для России, так и для Запада.

Практически все тексты, написанные в эмиграции, суть размышления над российскими проблемами, но с годами все ярче в них проявлялся немецкий опыт. В Германии он был общепризнанным авторитетом в вопросах истории русской культуры и мысли, среди русских эмигрантов — общепризнанным консультантом по Германии, в «Современных записках», «Новом граде» выступал со статьями, посвященными немецким проблемам, обзорами современной немецкой литературы.

Социологический анализ ситуации и исторических коллизий, содержащийся в «Мыслях о России», в статьях, написанных для «Нового града», в театральных и литературно-критических публикациях, является прекрасной школой аналитики и логики мысли. Естественно, что тема России доминирует в этих текстах, но она не является единственной и рассматривается не изолированно.

Обратим внимание на то, что «русскую идею» Ф. Степун понимал не как «исторически-идеологический монтаж, но как некое качество духа»⁶.

Изгнанные из России в Европу, они имели возможность наблюдать, как Германия скатывалась в ту же пропасть, что и их родина: «Любя Европу, мы, «русские европейцы», очевидно, любили ее только как прекрасный пейзаж в своем «Петровом окне»; ушел родной подоконник из-под локтей — ушло очарование пейзажа»⁷.

Оказавшись за пределами родины, они обрели свободу, которой так жаждали, право на творческие искания, но для полного счастья им теперь необходимо, чтобы их труды и идеи были известны и востребованы в России. Это чувство единства с Россией одними остро переживалось эмоционально, другими интеллектуально, кто-то был в состоянии подняться до экзистенциального уровня, но единицы выходили на просторы духовного бытия, обретая полную свободу.

Справедливости ради следует сказать, что аналогичные процессы происходили с их современниками в Советском Союзе. И те и другие на практике строили свой вариант разрешения противоречий, возникших на их жизненном пути, обретения гармонии во взаимоотношениях с миром.

Не для всех эмиграция стала школой обретения целостного мировоззрения, школой «борьбы с самим собой за самого себя», противостояния духу времени, этой «самой таинственной, самой неуловимой и все же реальной силе истории»⁸.

Свое увлечение публицистикой и журналистикой Ф. Степун объяснял духом времени («судьбой поколения»): «Когда тебя непрерывно бьют, можно или молиться, или отбиваться, хотя бы и журнальными статьями, но трудно спокойно исследовать или бесстрастно размышлять»⁹.

Публицистические тексты Ф. Степуна представляют интерес с точки зрения формы. Очерки, статьи, рецензии в его исполнении поражают изысканным сплавом аналитического и образного начал. Г. Федотов сравнивал немецкоязычную публицистику Ф. Степуна с «пьянящим кубком», в котором «философские абстракции играют и искрятся с легкостью, не отнимающей ничего у глубокой, порой трагической серьезности»¹⁰. На русском он писал не хуже.

Характер духовных исканий этого поколения свидетельствует о том, что одно дело знать и понимать, другое — делать, обретать.

В ходе выяснения собственных взаимоотношений с Богом «русские европейцы» помогали обрести его другим, как на Родине, так и за ее пределами, но сами часто демонстрировали полную беспомощность в этом деле, что-то мешало припасть к многовековой отечественной духовной традиции, хотя и пробовали и понимали, что это важно и необходимо.

Несмотря на то, что диагнозы ставились «просто и твердо»: «хорошо мы жили в старой России, но и грешно. Если правительство и разлагавшиеся вокруг него реакционные слои грешили главным образом «любоначалием», то есть похотью власти, либеральная интеллигенция — «празднословием»...»¹¹ и т. д., то лечению они поддавались с большим трудом.

Что касается «русских европейцев», то им нельзя приписать греха «праздности и уныния», потому что они трудились вопреки всем ударам судьбы, надеясь на то, что мы их услышим, поймем и, может быть, сделаем выводы. Публицистика Ф. Степуна передает атмосферу не только научных поисков, но и жизнотворчества, она проникнута утверждением в качестве главной проблемы двадцатого столетия проблемы человека, показывает мучительные поиски пути преодоления антропологического кризиса, который только набирает обороты.

г. Ростов-на-Дону

Примечания

1. Штаммлер А.В. Ф.А. Степун // Русская религиозно-философская мысль XX века. Сб. статей под ред. Н.П. Полторацкого. — Питтсбург, 1975. — С. 329.
2. Кантор В.К. Ф.А. Степун: русский философ в эпоху безумия Разума // Степун Ф.А. Сочинения : Российская политическая энциклопедия
3. Русские европейцы на Западе. Письма Ф.А. Степуна к Г.П. Федотову и В.В. Вейдле // Вопросы философии. 2009. — № 9. — С. 121-122.
4. См.: Степун Ф.А. Сочинения. — М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2000; Степун Ф.А. Бывшее и несбывшееся / Послесл. Р. Гергеля — изд. второе, испр. — СПб. : Алетей, 2000 и др.
5. Цит. по: Кантор В.К. Ф.А. Степун: русский философ в эпоху безумия Разума / Степун Ф.А. Сочинения. — М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2000. — С. 6.
6. Степун Ф. А. Сочинения. — М., 2000. — С. 315.
7. Степун Ф. Мысли о России. Очерк III // Степун Ф.А. Сочинения. — М., 2000. — С. 219.
8. Там же. — С. 92.
9. Там же. — С. 230.
10. Степун Ф. А. Сочинения. — М., 2000. — С. 4.
11. Там же. — С. 259.



А. Золотых

Политический лидер в зеркале массмедиа Италии

С тех пор как Сильвио Берлускони оказался на вершине исполнительной власти Италии, он стал постоянным фигурантом то и дело возникающих политических скандалов, которые в подробностях излагаются на страницах оппозиционных печатных СМИ. То поводом становится коррупционное прошлое Берлускони, то череда связанных с ним сексскандалов, то ряд инициированных им сомнительных законодательных актов. Причем отношения между ним и прессой достигли такой точки кипения, что 9 июля 2010 года в Италии не вышли газеты, в эфире не было теле- и радиовыпусков новостей, не работали сайты ряда средств массовой информации в Интернете. Так журналисты по призыву Национальной федерации итальянской печати отреагировали на очередную законодательную инициативу правительства Сильвио Берлускони. В парламент правительством был внесен законопроект, ограничивающий права на прослушивание телефонных разговоров и видеосъемку скрытой камерой и распространение информации, полученной подобным образом.

Причем, согласно предложенному исполнительной властью тексту, журналистам и издателям грозили серьезные наказания, вплоть до тюремного заключения, за публикацию распечаток телефонных разговоров. Работники прессы это посчитали покушением на свободу слова и печати и приняли активное участие во всеобщей забастовке. Их поддержали транспортники. Железная дорога не работала 24 часа. В крупнейших городах Италии не действовал наземный транспорт и метро.

Таким образом, начался очередной этап своего рода стратегии напряженности в отношении премьер-министра Италии Сильвио Берлускони и независимых средств массовой информации. На протяжении почти 20 летнего периода пребывания «Кавальере» на политической арене – в 1977 году он получил от президента Италии звание «кавалер труда» – его отношения с прессой складывались очень непросто. Больше того, он был в центре постоянного внимания средств массовой информации как в связи с политической деятельностью, так и с вовлеченностью в различные коррупционные скандалы и связанные с этим судебные разбирательства, из которых каждый раз ему удавалось выходить сухим. Но, пожалуй, наибольшей остроты его противостояние с массмедиа достигло в 2009 и 2010 годах.

Дело в том, что весной 2009 года достоянием газет “La Repubblica” и “L’Unita”, а потом и остальной итальянской печати стало посещение Сильвио Берлускони дня рождения 18-летней неаполитанки Нао-

ми Летиции. Это привело к громкой семейной ссоре, закончившейся разводом с женой. Затем в газетах появились фотографии скандальных вечеринок, организованных премьер-министром, признания девиц из службы эскорта, к тому же оказывавших гостям «Кавальере» сексуальные услуги. А вдобавок поставщик девиц оказался наркодилером и человеком, причастным к другим темным делам.

В любой другой западноевропейской стране подобный скандал, случившийся с политиком такого уровня, привел бы к его неминуемой отставке. Но не такова Италия и не таков Сильвио Берлускони. С помощью своей медиаимперии он попытался переломить ситуацию. Однако пресса, неподконтрольная ему, не только продолжала отыгрывать эту скандальную и возмутительную тему, но и стала публиковать сценарии развития политической жизни Италии после вполне вероятного ухода Кавальере в отставку.

За вторжение в частную жизнь премьер-министр привлек левоцентристские газеты “La Repubblica” и “L’Unita” к судебной ответственности и обрушился с инвективами, поношениями, хулой на независимую печать, порой прибегая и к откровенным угрозам. Тогда газета “La Repubblica” стала писать о покушении на свободу прессы. Беспокойство по этому поводу высказали другие издания.

«То, что свобода прессы оказалась под угрозой, – заявил в эфире своего “Canale-5” премьер министр, – это шутка, озвученная коммунистическим меньшинством и их газетами, которые составляют 90% прессы».

Понятное дело, это была фигура речи, ни о каком превосходстве коммунистических изданий на информационном рынке Италии не могло быть и речи. Так что подобные заявления премьер-министра лишь подливали масла в огонь, и градус напряженности в отношениях между печатными СМИ и им стал быстро расти.

Причем газета “La Repubblica” ему, по сути, объявила настоящую войну. Она инициировала воззвание в защиту свободы информации, под которым подписались не только руководители таких самых престижных европейских изданий, как “The Financial Times”, “The Times”, “The Independent”, “Le Monde”, “La Liberation”, “Le Nouvel Observateur”, “El Pais”, “Der Spiegel”, но и известные общественные деятели. Например, известный писатель Умберто Эко свое участие в этом объяснил так: «Я выступаю в защиту свободы слова и высказываюсь против Берлускони, хотя большинство итальянцев премьер-министра поддерживают, несмотря на весь его багаж конфликта интересов, медиаимперию и внебрачные связи».

Помимо того, «La Repubblica» организовала кампанию по сбору подписей под обращенными к премьер-министру десятью вопросами. В ней приняли участие сотни тысяч человек. Один из вопросов звучал так: «Считает ли Сильвио Берлускони себя достаточно психически здоровым, чтобы руководить страной?» А затем в Риме в начале октября минувшего года состоялась многотысячная демонстрация. Ее участники несли плакаты с оскорбительными подписями, адресованными «Кавальере», и сатирическими рисунками.

Что и говорить, тональность публикаций этой газеты, как, впрочем, и ряда других печатных изданий, отнюдь не отвечала критериям политкорректности. Ими не единожды допускались информационные и эмоциональные пережесты. Однако в полемике с ними не стеснялись в выражениях ни премьер-министр со своими политическими единомышленниками, ни его средства массовой информации. Все это отравляло политическую атмосферу в стране, приводило к коррозии всех институтов власти, потере ими авторитета в глазах рядовых итальянцев. Вместо того чтобы заниматься проблемами вывода Италии из экономического кризиса, премьер-министр Сильвио Берлускони увязал в бесконечных спорах и разбирательствах с политическими оппонентами, независимой прессой, судами и прокуратурой.

Между тем в декабре 2009 года в Италии прошла, поддержанная левой прессой, очередная общенациональная акция «День без Берлускони», итогом которой стала беспрецедентная манифестация в Риме, организованная активистами левых сил и неправительственных организаций. Демонстранты, одетые в фиолетовые одежды — символ их принадлежности к единому гражданскому обществу, а не какой-либо партии — обвиняли «Кавальере» в подавлении гражданских свобод и проведении «мафиозной политики». Они также несли огромную куклу, изображающую премьера, и скандировали: «Берлускони в отставку!» и «Вор, мафиози, паяц».

Сильвио Берлускони расценил это как политический заговор левых сил и заявил, что он стал жертвой номер один со стороны итальянских массмедиа. В общем-то, очень спорное утверждение, поскольку за 20 минувших лет его власть и влияние распространились на 90% итальянского телевидения. Ему также принадлежал ряд печатных изданий. И как это ни парадоксально звучит, но своим нынешним медийным могуществом он в какой-то мере был обязан и левым силам, и их средствам массовой информации.

Напомним, в Италии государственное РАИ — итальянское радио и телевидение, созданное, кстати, в 1954 году, — было поставлено под жесткий контроль правящих партий и, в сущности, превратилось в инструмент политической власти. Внутри этой государственной корпорации возникло движение протеста против авторитарной системы управления. Стали звучать требования реформировать РАИ. И тогда в начале 70-х годов минувшего столетия еженедельник «Espresso» инициировал дискуссию, подхваченную многими другими итальянскими изданиями, о право-

мерности госмонополии на теле- и радиовещание, используемых в интересах не общества, а политических партий и отдельных бизнес-структур. На страницах газет и журналов разгорелась полемика о необходимости плюрализма в системе аудиовизуальных СМИ, большей автономии структур РАИ.

Это привело к тому, что под давлением общественного мнения, в формировании которого активнейшее участие принимала левая печать, в июле 1974 года Конституционный суд Италии принимает решение, предоставившее частным владельцам право ретранслировать телепрограммы зарубежных станций. Чем незамедлительно воспользовались владельцы так называемых периферических теле- и радиостанций, созданных в сопредельных странах — Швейцарии, Югославии и княжестве Монако. Помимо того, частным владельцам разрешилось создавать местные кабельные телестанции. Началась легализация уже существовавших каналов, а также стали создаваться новые.

В сентябре 1974 года в телебизнес приходит Сильвио Берлускони, сколотивший капитал на строительстве жилья в Милане. Он создает кабельную телестанцию «Телемилано», призванную обслуживать 10 тысяч жителей Милано-2 (квартала-спутника для состоятельных итальянцев). Но, конечно, наиболее лакомым куском и для Берлускони, и для других частных телевладельцев было эфирное вещание. Посему в прессе продолжились дискуссии о том, каким быть РАИ.

В апреле 1975 года был принят закон № 103 о реформе РАИ. Однако он мало что изменил в сложившейся практике, потому что он закреплял все ту же государственную монополию на национальное радио и телевидение и утверждал так называемый плюрализм в освещении информационной деятельности. При этом особая роль отводилась парламентской комиссии из 40 членов, представителей партий в палате депутатов и сенате, и узаконивался принцип партийного руководства информационными программами, которые выделялись в автономные структуры. Этот принцип получил название «лоттизации», что означало распределение руководящих постов в соответствии не с профессиональными качествами, а с партийной принадлежностью.

Борьба за либерализацию аудиовизуальных средств, в которой принимали участие политики, предприниматели, печатные СМИ, продолжилась и, в конечном счете, подвигла Конституционный суд принять еще одно решение, согласно которому ряд статей закона № 103 о реформе РАИ признавались незаконными. И частные лица получили право владеть эфирными теле- и радиостанциями локального масштаба.

Так началась эра коммерческого вещания. Особую активность проявили издатели Рускони, Мондатори, Риццоли, ну и, конечно же, новоявленный телемагнат Берлускони. Он преобразовал «Телемилано» в эфирную станцию, обосновался на юге Италии, купил у кинофирмы «Титанус» 300 итальянских кинофильмов и создал телесеть, от которой в той или иной мере зависели многочисленные местные телестанции. Ему

также удалось наладить контакты с американскими компаниями по производству и распространению телепродукции. В конце концов «Кавальере» сумел вытеснить с телерынка менее разворотливых соперников Рускони и Мондадори путем покупки их телеактивов. Он проявлял повышенный интерес не только к телеэфире, но и к рынку печатных изданий, приобретя поначалу пакет акций газеты “Il Giornale nuovo”, а затем и контрольный пакет акций самого популярного журнала телепрограмм “Sorrisi et canzoni”.

Такая удачливость объяснялась не только его предприимчивостью, но и особыми отношениями с Итальянской социалистической партией и ее лидером Беттино Кракси, который в 1983–1987 годах возглавлял правительство Италии. По информации ряда печатных СМИ Италии, а также органов следствия, с помощью функционеров ИСП он проворачивал неблаговидные дела в строительном и ином бизнесе. Именно благодаря их поддержке, по мнению следователей – отнюдь не безвозмездной, у Берлускони так хорошо все складывалось на телерынке. Он настолько прочно на нем утвердился, что начал конкурентную борьбу с государственным телевидением.

Такая активность с явными признаками коррупции вызвала беспокойство у оппонентов. В парламенте начались дискуссии о необходимости принятия закона, регулирующего деятельность в телеэфире. Между тем по решению судей Рима, Турина и Пескары были опечатаны ретрансляторы телестанций Берлускони. Дело в том, что трансляция передач на области Лацио, Пьемонт и Абруцци противоречила решению Конституционного суда о местном характере коммерческого вещания.

И вновь Кракси пришел на помощь Берлускони. Поначалу он выразил беспокойство по поводу погасших экранов телевизоров и, незамедлительно приняв «Кавальере», удовлетворил его требование об отмене запрета. Потом эти первоочередные действия были подкреплены правительством Кракси путем принятия декрета, снимающего запрет судей и разрешающий сетям Берлускони вещание. Декрет носил антиконституционный характер, а посему в парламенте вспыхнули дискуссии.

Между тем правительство Кракси принимает новый декрет, в котором прописывалось право на жизнь и частного телевидения, и национальных частных сетей, и местных телестанций. В феврале 1985 года этот декрет конвертируется в закон, ставший действенной нормой вплоть до принятия нового закона. Впрочем, его разработка растянулась на несколько лет.

Тем временем Берлускони продолжил свое победное шествие по медиарынку. Он завладел контрольным пакетом акций газеты “Il Giornale nuovo”, обосновался на европейском рынке телевидения и успешно завершил битву за обладание издательством Мондадори. Кстат, эхо скандальных подробностей той битвы слышалось многие годы спустя. Десять лет назад Берлускони предъявлялось обвинение в подкупе судьи, чье решение позволило ему заполучить издательские активы. Однако дело было прекращено из-за истечения срока давности. Издательство Мон-

дадори – это треть книжного рынка Италии и десятки различных журналов. Неплохой дополнительный инструмент воздействия на общественное мнение.

В августе 1990 года парламент Италии принял новый закон о радио и телевидении. В нем не только подтверждалось существование смешанной системы аудиовизуальных СМИ, но и четко устанавливалось количество национальных телесетей, которые могли принадлежать частному владельцу – три. Таким образом, парламент законодательно закрепил паритет, установившийся на телерынке: три телеканала государственной корпорации РАИ и три телесети, принадлежавшие Сильвио Берлускони – “Italia-1”, “Canale-5” и “Rete-4”.

Продвижение «Кавальере» на вершины бизнеса с помощью политических спонсоров из социалистической партии, похоже, складывалось идеально. Ему принадлежали строительные и продовольственные компании, сеть магазинов, финансовые компании, печатные СМИ, издательство и три национальных канала. В Италии даже появился термин «берлусконизм», то есть стиль жизни, диктуемый Сильвио Берлускони. Изрядная часть итальянцев проживала в домах, построенных его фирмами, покупала продукты в его супермаркетах, читала его газеты и журналы, смотрела фильмы, закупленные его компаниями, и передачи его телеканалов, и, конечно же, стала ядром электората, поддерживавшего его в период наивысших политических температур.

Всему этому нисколько не помешал вспыхнувший было скандал с членством «Кавальере» в подпольной масонской ложе Propaganda 2, связанной с организованной преступностью и неонацистами. По сути дела, в стране был сформирован параллельный центр власти с серьезными политическими, экономическими и финансовыми возможностями, деятельность которого была пресечена прокурорами и судьями. В 1990 году Берлускони, как и ряд других фигурантов этого резонансного дела, был привлечен к суду. Несмотря на упорное отрицание им своей принадлежности к ложе, он был все же признан судом виновным в лжесвидетельстве. Однако ему удалось избежать наказания по амнистии. Не смогли поколебать его позиций то и дело вспыхивавшие вокруг его имени коррупционные скандалы.

Но в 1992 году грянула операция «Чистые руки». Она не только полностью дискредитировала политическую и экономическую элиту Италии, погрязшую во взяточничестве, но и смела существовавшие партии, превратив в руины политический ландшафт страны. В связи с исчезновением многолетнего политического спонсора – итальянской социалистической партии, лидер которой Беттино Кракси вынужден был скрываться от правосудия в Тунисе, где, в конечном счете, и умер, у Сильвио Берлускони была вполне реальной перспектива попасть в тюрьму.

И тогда он одним из первых ринулся заполнять образовавшийся в стране политический вакуум. По совету своего ближайшего сподвижника Марчелло Д’Ультри, впоследствии сенатора, угодившего за решетку за связь с мафией, он создает партию «Вперед,

Италия!». Опираясь на пропагандистскую мощь своих телеканалов, а также печатных СМИ, пополнившихся новыми изданиями, он проводит ее в парламент и прочно утверждается на политической арене Апеннинского полуострова.

Весь смысл его дальнейших действий на посту премьер-министра, который он в настоящее время занимает в третий раз, заключался в том, чтобы прежде всего оградить себя от судебных преследований, связанных с коррупционными делами. В 2003 году, когда «Кавальере» второй раз возглавлял правительство Италии, контролируемый им парламент принял так называемую поправку «Лодо Скифани», гарантировавшую судебный иммунитет президенту страны, премьер-министру и спикерам обеих палат парламента страны. Это вызвало бурное негодование в итальянском обществе, которое со времен Древнего Рима усвоило формулировку — «Закон равен для всех».

Однако парламентское большинство делает очередной не менее скандальный шаг. Оно с подачи «Кавальере» принимает закон «О конфликте интересов», разрешающий самому богатому человеку на Апеннинском полуострове (состояние Берлускони оценивалось в 17 млрд евро) не только возглавлять кабинет министров, но и получать прибыль со своих предприятий. Парламентская ассамблея Совета Европы несколько раз предостерегала итальянских законодателей от принятия такого документа. Но как бы то ни было, а большинство из них не прислушалось к мнению европейских коллег.

Левоцентристской коалиции Романо Проди, сменившей правительство Берлускони, удалось упразднить пресловутый правовой документ «Лодо Скифани». Но у власти она находилась недолго. Вновь избранный в апреле 2008 года парламент, контролируемый партией Берлускони «Народ свободы», принял новую подобную поправку «Лодо Альфани» — по имени нынешнего министра юстиции. Оппозиция продолжала настаивать на признании поправки, противоречащей основному закону страны, и в итоге своего добилась. В октябре 2009 года Конституционный суд ее отменил, что стало большой неожиданностью для премьер-министра. На такой вердикт конституционных судей он явно не рассчитывал, поскольку с двумя из них ему незадолго до этого удалось отужинать в одном из фешенебельных ресторанов.

«Это политический заговор! — кричал в эфире телеканалов Берлускони. — Конституционный суд состоит из коммунистов! Я самый эффективный премьер-министр за 150 лет существования Итальянской республики». Так, к извечным врагам, журналистам из левых изданий, прибавились судьи, следователи и прокуроры.

Решение Конституционного суда открывало судебную перспективу по двум замороженным делам. Но Берлускони реализует через подконтрольный ему парламент два новых законодательных акта. Первый уменьшает срок давности по коррупционным преступлениям с 10 лет до 6. А второй — «Об уважительной причине» — позволяет ему не являться в суд в связи с загруженностью на посту премьер-министра.

Феномен безнаказанности, политической выживаемости и непотопляемости «Кавальере» заключается в том, что к той огромной власти финансовой и политической, сосредоточившейся за 20 минувших лет в его руках, добавилась еще и медийная. По сути дела, он стал в Италии олицетворением супервласти с четко выраженными признаками авторитаризма, нетерпимости к инакомыслию, жесткого контроля над информационным пространством.

Помимо трех собственных национальных телеканалов, собственных печатных СМИ и сотен газет, находящихся в зоне влияния рекламных компаний «Фининвеста», он еще и контролирует первый и второй каналы государственной корпорации РАИ. Путем кадровых перемен в руководстве этих каналов они стали занимать явную проправительственную позицию.

В Италии политические партии и их лидеры всегда проявляли повышенный интерес к средствам массовой информации как инструменту воздействия на общественное сознание. И когда в 50-е годы прошлого столетия влияние партийной прессы стало сходить на нет, начался не только процесс «лоттизации» государственного радио и телевидения в интересах партий, но и раздел между ними рынка печатных СМИ. Это проявлялось во все большей ангажированности газет и журналов, неявно выражавших интересы тех или иных политических сил. Но при всем при том, такой власти над медиа на Апеннинах, какую ныне приобрел Сильвио Берлускони, не было ни у одной политической партии и ни у одного политического лидера.

Когда происходит шоу по самопиару премьер-министра на первом канале РАИ в программе «Porta a porta», на других телеканалах, как по волшебству, исчезают какие-либо интересные передачи. Страна должна слушать и видеть «Кавальере». Когда разразился сексскандал, раскрученный независимыми изданиями, то Берлускони призвал промышленников бойкотировать эту прессу, не давая ей рекламы. Когда с осуждением его аморального поведения выступил Дино Боффо, политический директор авторитетного католического издания «L'Avvenire», то на страницах газеты «Il Giornale» по отношению к нему была развязана грязная клеветническая кампания. Боффо поддержали епископы и Папа, однако он, чтобы спасти свое честное имя, вынужден был подать в отставку.

Весной 2010 года в Италии должны были состояться региональные выборы в 13 областях. Это важнейшая политическая кампания в преддверии парламентских выборов. Так вот, национальное агентство по контролю за вещанием закрыло четыре телепрограммы на государственных телеканалах на период проведения предвыборной гонки. Повод был такой: телепрограммы не обеспечили равный доступ в эфир представителям различных партий.

Однако когда на страницах независимой прессы появились распечатки «прослушек» телефонных разговоров Берлускони с руководителями телеканалов РАИ, то стало ясно, что им было оказано беспрецедентное давление на последних с той целью, чтобы воспрепятствовать появлению в эфире государствен-

ного телевидения представителей оппозиции. Не обошлось на RAI и без чисток.

Так, в феврале 2010 года под различными предложениями в эфире перестали появляться целый ряд журналистов, известных своей независимой точкой зрения. Среди них оказалась и популярная ведущая вечерних новостей первого канала Тициана Феррарио. В мае того же года покинул свой пост Микеле Санторо, ведущий программы «Annozero». А затем ушла Мария Луиза Бузи. Она была лицом первого телеканала RAI. Свой шаг Бузи мотивировала несогласием с информационной политикой руководства телеканала и невозможностью выполнять профессиональный долг в обстановке, сложившейся в новостных программах.

Те, ставшие достоянием гласности, телефонные разговоры, в которых «Кавальере» дал волю своим чувствам и гневу по поводу неугодных ему телепрограмм, обернулись внесением его имени в регистр следственных дел и положили начало расследованию проблемы взаимоотношений RAI-Agcom (Агентство по контролю за вещанием). Тогда в следственную деятельность прокуратуры города Трани, занимавшейся этим делом, вмешалась инспекция министерства юстиции. А Берлускони назвал прокуроров «бандой талибов».

Итоги благоприятных для правящей партии «Народ свободы» региональных выборов премьер-министр Италии расценил как вердикт на свободу действий по отношению к прессе и политическим оппонентам. Прежде всего, им был инициирован законопроект, ограничивающий права на прослушивание телефонных разговоров — кстати, он вызвал осуждение со стороны ООН. Потом была провозглашена реформа институтов власти и судебной системы.

Цели были весьма амбициозные. Ограничение «прослушек» сделало бы невозможным их публикацию на страницах газет и журналов, а стало быть, максимально затруднило бы ведение расследований. Институциональная реформа дала бы новую политическую площадку для дальнейшего пребывания Берлускони на вершине власти. Ведь речь шла о всеобщих выборах или премьер-министра, или президента. При той концентрации в руках «Кавальере» финансовой и медийной власти для него был бы вполне достижим и тот, и другой пост. Что касается судебной реформы, то она позволила бы расправиться с самыми ненавистными врагами — прокурорами и судьями. Таким образом, можно было бы поставить последнюю точку в истории, начатой 20 лет назад операцией «Чистые руки».

Однако этим планам воспрепятствовала оппозиция с помощью манифестаций, подключения международной общественности. В парламенте было отложено обсуждение «законопроекта-кляпа», такое название получил документ об ограничении «прослушки». Между тем в правящей партии «Народ свободы» произошел раскол между соучредителями — Сильвио Берлускони и Джанфранко Фини. В конце минувшего года разразил-

ся правительственный кризис. Получив в парламенте хрупкое большинство в три голоса, «Кавальере» удалось избежать досрочных выборов, чего нельзя сказать о судебных разбирательствах.

Вездесущая пресса раскопала подробности очередной неприличной связи премьер-министра, на этот раз с несовершеннолетней танцовщицей родом из Марокко по имени Руби. «Рубигейт», во всех подробностях освещаемый прессой, до предела разогрел политическую атмосферу в Италии. За это, а также по ряду дел о коррупции, ему предстоит держать ответ в суде Милана. Между тем череда сексскандалов, в которые вовлечен Берлускони, его бесконечные разбирательства с оппозиционной прессой и правосудием привели к парламентскому параличу и кризису институтов исполнительной власти. Президент Италии Джорджо Наполитано вынужден был собрать лидеров парламентских групп, чтобы им сказать, что так больше продолжаться не может. И если не изменить положение вещей, то нынешняя легислатура окажется под угрозой.

По всей вероятности, досрочных выборов все же не избежать. Об этом недвусмысленно заявил Лука Кордеро ди Монтезамо, бывший президент Конфиндустрии, объединения итальянских промышленников, а ныне глава общества «Будущая Италия», а также известного концерна «Феррари». При этом он недвусмысленно дал понять, что обстановка нынешнего политического хаоса и неразберихи понуждает представителей бизнеса взять на себя политическую ответственность за будущее страны. Так что досрочных выборов, судя по всему, не избежать. И вполне вероятно, что они станут началом конца как политического, так и медийного могущества Сильвио Берлускони.

г. МОСКВА

Источники:

1. Урина Н.В. Итальянская журналистика в 1945-1990 годах. — М., 1999.
2. “Il Corriere della sera” — 21.07.09., 22.07.09., 06.08.09., 07.08.09., 06.08.09., 12.08.09., 26.08.09., 08.10.09., 10.02.10., 25.02.10., 23.11.10., 14.12.10., 29.12.10., 29.03.11., 01.04.11., 02.04.11.
3. “Il Giornale” — 14.08.09., 15.08.09., 19.08.09., 22.08.09.
4. “La Repubblica” — 11.06.09., 12.06.09., 23.06.09., 21.07.09., 22.07.09., 24.08.09., 26.08.09., 28.08.09., 03.09.09., 06.09.09., 09.09.09., 15.09.09., 04.10.09., 09.10.09., 04.11.09., 05.11.09., 25.11.09., 26.11.09., 09.12.09., 26.02.10., 27.02.10., 24.03.10., 27.04.10., 05.05.10., 17.06.10., 24.06.10., 09.07.10., 13.07.10., 22.07.10., 29.07.10., 30.09.10., 13.12.10., 15.12.10., 23.11.10., 14.12.10., 29.03.11., 01.04.11., 02.04.11.
5. “La Stampa” — 23.07.09., 06.08.09., 07.08.09., 27.08.09., 28.08.09., 04.09.09., 06.09.09., 10.09.09., 15.09.09., 10.12.09., 25.02.10., 03.10.09., 17.03.10., 28.04.10., 06.05.10., 24.07.10., 29.07.10., 13.12.10., 15.12.10., 23.11.10., 14.12.10., 29.12.10., 29.03.11., 01.04.11., 02.04.11.
6. “L’Unita” — 12.06.09., 22.06.09., 27.08.09., 28.08.09., 05.09.09., 06.09.09., 09.10.09., 10.12.09., 25.02.10., 06.05.10., 23.11.10., 14.12.10., 29.12.10., 29.03.11., 01.04.11., 02.04.11.



Е. Осенков

Основная тематика сербских периодических изданий в 2010 году

2010 год был богат на разнообразные события международного масштаба, которые обсуждались в большинстве средств массовой информации стран бывшей Югославии. Остановимся на важнейших из них.

А. Политика в странах бывшей Югославии

Одним из важнейших событий политики стран бывшей Югославии, запечатленных в зеркале сербских СМИ, стали выборы в Боснии и Герцеговине.

Сербское массовое издание «Курьер» пишет о том, что, судя по результатам выборов, подтверждается этническое разделение государства¹. Издание ссылается на ряд европейских источников и утверждает, что продолжительные этнические споры и националистические тенденции победили в головах избирателей и, следовательно, на прошедших выборах.

Издание «Политика» выдает серию материалов о выборах — предваряется она материалом «Кампания будет преисполнена низких ударов»². Оппозиция, по словам газеты, заявила, что власть погрязла в криминале и коррупции и не выполнила предвыборные обещания.

По результатам выборов «Политика» публикует ряд материалов о результатах выборов. Один из них — «Новоизбранная власть будет сама выносить решения»³. В нем говорится о том, что на общих выборах в Боснии и Герцеговине граждане приняли активное участие, также приводится информация о количестве сделавших свой выбор. Газета называет эти выборы наиболее важными за последние годы.

Одна из популярнейших газет стран бывшей Югославии — массовое издание Сербии — газета «Блиц» сообщает, что на выборах в Боснии имеют право принять участие осужденные за военные преступления⁴. Издание со ссылкой на боснийское издание «Дневни аваз» сообщает, что законодательство Боснии разрешает принимать участие в выборах абсолютно всем, даже осужденным Гаагским трибуналом. В истории выборов еще ни разу не было такого, чтобы экс-осужденные выставляли свои кандидатуры.

Уже после победы Милорада Додика «Блиц» приводит блиц-интервью с победителем⁵. В нем новоизбранный президент рассказывает о том, что Республике Сербской требуется стабильность, и он постарается ее обеспечить. «Мы должны бороться за исполнение пунктов договора, какие написаны, а не за те, которые неверно кем-то прочитаны», — также заявляет Додик⁶.

Выборы в Боснии продемонстрировали относительную слаженность сербских средств массовой информации в освещении их подготовки и результатов: максимальное количество публикаций описывали ситуацию вокруг лидера СНСД, премьер-министра Республики Сербской Милорада Додика, политиче-

ская риторика изданий связана прежде всего с будущим Республики Сербской в государстве Босния и Герцеговина, а также включения государства в ЕС.

Б. События в России

По поводу взаимоотношений с Россией сербские медиа традиционно предлагают обширные комментарии и анализируют российскую политическую ситуацию по поводу проходящих президентских выборов, причем нередко риторика праволиберальных СМИ мало отличается от выступлений западной прессы.

Одним из знаковых событий 2010 года, освещавшихся в печати Сербии, стали весенние теракты в московском метро. Сербский еженедельный аналитический журнал «Время» в материале «Террористический акт в московском метро»⁷ говорит о том, что московские теракты на «Лубянке» и «Парке культуры» — это работа т. н. «черных вдов» (т.е. жен погибших боевиков). Московский метрополитен, по данным «Времени», является местом ежедневного доступа нескольких миллионов человек и частой мишенью террористов, хотя за последние пять лет таких атак не было.

Как утверждает газета «Блиц», опубликовавшая материал сразу после взрывов, данные взрывы могли убить гораздо большее количество людей, если бы произошли во время утреннего часа пик, когда вагоны метро переполнены. Издание приводит комментарий мэра столицы Юрия Лужкова и сообщает, что под заголовком «Террор возвращается в столицу России» агентство РИА «Новости» предлагает оценку случившегося как «давно спланированное террористическое нападение»⁸. В другом материале⁹ сообщается о том, что взрывы являются работой террористов-самоубийц. Прокурор Москвы Юрий Семин сказал, что первый взрыв произошел около восьми часов по московскому времени на станции «Лубянка», которая по стечению обстоятельств находится недалеко от штаб-квартиры ФСБ, заявил, что лица, ответственные за эти нападения, должны быть «уничтожены»¹⁰.

Качественное издание Сербии — «Политика» — рассказывает о том, что «в Москве преобладали большое горе и очевидная напряженность» в день после двух ужасных террористических нападений на метро столицы, в результате которого погибли, по меньшей мере, 39 и ранены более 70 человек, — рассказывает печатное издание на следующий день после взрыва¹¹. Сотни москвичей возложили цветы на станции метро «Лубянка» и «Парк культуры», отдав дань памяти невинным жертвам терактов. «Политика» сообщает также, что новую повстанческую войну на территории России ведут сегодня не только чеченцы, но и узбеки, уйгуры, таджики — «они объединились в единый фронт с конечной целью создания исламского эми-

рата Курасана. В противном случае, лидер чеченских боевиков Доку Умаров пригрозил «довести войну до порога России»¹².

Периодика Сербии незамедлительно реагирует на взрывы в московском метро, снабжая читателя актуальной и обширной информацией. Массовое издание «Блиц» приводит максимально полную картину произошедшего в Москве, текст характеризуется рядом эмоциональных высказываний. «Время» делает небольшую попытку анализа событий, приводит данные предыдущих лет о других взрывах в московском метро. Почти все издания (печатные, а также электронная версия телеканала) приводят информацию о комментариях высшего руководства страны, показывая жесткую риторику российского руководства: в текстах используются слова с эмоциональной окраской типа «найдем и уничтожим их», «животные», «звери» и проч. Также важно, что чеченские террористы в ряде материалов называются «повстанцами». Интересно, что почти все издания называют российские органы правопорядка полицией, а не милицией — выделяется из общего ряда лишь пишущая на кириллице «Политика».

В. Ситуация вокруг Косова

22 июля 2010 года Международный суд ООН вынес судьбоносную резолюцию по вопросу независимости Косово. Как объявил председатель Международного суда ООН японец Хисаси Овада, самопровозглашение независимости Косово не противоречит нормам международного права¹³.

«Блиц» публикует материал «Тадич: Решение тяжело для Сербии, это продолжение политической борьбы», где рассказывается о судьбоносной резолюции Международного суда ООН. Материал состоит из ряда комментариев сербских функционеров и начинается, конечно, с публикации мнения президента страны Бориса Тадича. «Ясно, что суд не объяснил право Косово на отделение, и здесь идет речь исключительно о техническом содержании декларации о независимости...»¹⁴ — считает Тадич.

«Блиц» публикует также мнение премьера Косово Хашима Тачи, который считает решение Международного суда ООН «историческим и необычайно значимым» для дальнейшей консолидации независимого государства Косово¹⁵.

Издание приводит и мнение США по данному вопросу — американцы поздравляют косовских албанцев со «справедливым решением Международного суда ООН». Так, представитель департамента США Филип Кроули заявил, что «Международный суд ООН твердо считает, что декларация независимости Косово есть верное решение, которое мы будем поддерживать. Сейчас как раз время для формирования единственно общего будущего всей Европы»¹⁶.

К теме ситуации вокруг Косова «Блиц» публикует материал о лидере либерально-демократической партии Чедомире Йовановиче, который сообщает, что теперь политика относительно Косово должна меняться¹⁷. Также «Блиц» приводит материал «Косово — пример для автономии венгров в Трансильвании»¹⁸.

Другое читаемое сербское издание — «Политика» — сразу после решения суда ООН приводит интервью с Милошем Йовановичем, заместителем председателя Демократической партии Сербии, и Миливое Михайловичем, руководителем канцелярии по отношениям с прессой¹⁹. Он заявляет, что решение суда очень сложное для всей Сербии, и говорит о том, что Сербии необходимо принимать другую тактику, так как те, кому выгодно признание Косова, ждут очередной возможности признания независимости.

«Политика» также сообщает, что решение суда ООН не изменило отношений между Сербией и США — Цветкович заявляет, что «отношения Сербии и США всегда развивались в хорошем направлении, и обе страны не согласны по вопросам Косова и продолжат сотрудничество в других областях»²⁰.

«Политика» приводит комментарий собственного корреспондента в США Мишича, который пишет о том, что в США считают, что решение по Косову — единственно верное решение²¹. Функционеры США понимают, что от Белграда нельзя ожидать быстрого признания Косова, хотя необходимо иметь содержательный и серьезный диалог. В этом контексте США поддерживает Серию относительно принятия решений на правовом уровне. «Дальнейшее непризнание Косова — не путь к успеху», — так считают в США.

Издание «Курьер» приводит информацию о том, кто как голосовал относительно ситуации с Косово — так, решение суда поддержали представители Японии, Сьерра-Леоне, Иордании, США, Германии, Франции, также Новой Зеландии, Сомали, Великобритании и Мексики. Против были представители Словакии, Марокко, России, Бразилии²². Издание также сообщает, что сразу же после сообщения на улицах Приштины и южной части Косовской Митровицы началось празднование решения суда. С другой части Митровицы стали собираться огорченные и взбешенные люди, которые кричали «Косово је Србија!»²³.

Подбор комментариев выглядит достаточно односторонним: оппозиционерам и радикально мыслящим относительно сложившейся ситуации на газетных полосах и в электронной версии дается гораздо меньше места, нежели тем, кто утверждает мнение о хороших отношениях с США, об интеграции в Европу, о необходимости налаживания культурных связей с Косово и Метохией.

Также сравним заголовки материалов, рассказывающие о реакции сербской и косовской сторон на решение суда. Вначале сербские: «Тяжелое решение», «Переживаем тяжелые минуты», «Республика Српска изучит решение суда», «Решение, тяжелое для Сербии». А вот другие заголовки, описывающие реакцию албанцев: «Историческое решение Международного суда ООН», «Решение суда — в пользу независимости Косова», «Решение суда — великая победа для Косово» и др.

Г. События международной политики

Разберем еще одну тему сербских СМИ — **события международной политики**, взволновавшее мировую общественность — падение самолета президента

Польша Леха Качиньского под Смоленском. На борту находились 132 человека.

Сербская пресса реагирует на события в Смоленской области незамедлительно: уже в ближайшие часы после трагедии в средствах массовой информации республики, на ряде информагентств появляется информация о разбившемся самолете, но пока без попыток комментировать. Сообщается первая информация, переданная из России, о числе жертв и о том, что погиб сам президент Польши²⁴.

Уже с понедельника ряд периодических изданий Сербии начинают анализировать случившееся. Детальный анализ трагедии дает сербское издание «Вечерне новости». Здесь сообщается, что Качиньский летел в Россию в статусе «личного посещения»: президент Польши намерен был присутствовать на мероприятиях, посвященных 70-летней годовщине событий в Катыни, где погибли польские офицеры в Катынском лесу. Польская делегация во главе с Качиньским и группой католических епископов планировала посетить мемориальный комплекс в Катыни. Газета сообщает также, что в Москве был срочно сформирован штаб для расследования трагедии.

Издание отмечает, что сербский народ неплохо относился к президенту Польши, так как он был одним из последовательных противников независимости Косово, а также был известен своей заботой о языке и нации, за которую его уважали как в Польше, так и за её пределами²⁵.

Популярное сербское издание «Политика» также выходит с большим материалом о трагедии. В материале Мирослава Лазанского, озаглавленном «Погиб польский президент и ещё 95 пассажиров», сообщается о трагедии в Смоленской области. Газета приводит анализ ситуации «по горячим следам»: проводятся параллели между событиями семидесятилетней давности и падения самолета 10 апреля: «Катынь для нас — проклятое место, — сказал после несчастья бывший президент Польши Александр Квасневский»²⁶. Интересно, что с Качиньским это не первая ситуация, связанная с проблемами авиации: газета приводит ещё несколько фактов проблем с воздушным сообщением президента Польши.

Несмотря на то, что ряд мировых либеральных СМИ в реакции на данную трагедию говорил о том, что Россия могла быть виновной в трагедии под Смоленском (приводились разные варианты), все проанализированные нами сербские средства массовой информации (в том числе и печатные, в том числе и таблоидные) стремились к наиболее нейтральной оценке произошедшей аварии. Связано это, видимо, с тем, что сербские газеты не хотели бы быть так или иначе причастны к и без того непростым взаимоотношениям России и Польши, в том время как оба этих государства являются дружественными для Сербии.

Еще одна из тем международной политики — ситуация вокруг Афганистана. Сербские СМИ с 2001 года следят за событиями, связанными с этой страной, и реакцией на них международного сообщества. В материале «Переходный период для Афганистана», опубликованном в газете «Политика», публикуется

информация о том, что администрация Обамы сделала доклад о том, что готова начать вывод войск из Афганистана. Со ссылкой на неназванные источники, связано это решение в том числе с проходящим в Лиссабоне саммитом, где вторым вопросом обсуждения стала именно ситуация в Афганистане. В американском докладе, пишет «Политика», содержится информация о скором выводе войск, который должен быть завершён к 2014 году. В настоящее время в Афганистане около 100 000 военных из США и 40 000 из союзных войск (не все страны из которых состоят в НАТО — например, Македония и Черногория). Связано это с ликвидацией значительной части руководства талибов, стабилизацией ситуации на юге Афганистана, укреплением местных сил безопасности и примирением с частью повстанцев, пишет «Политика». Другие же, по мнению издания, видят картину несколько иной — так, за последние годы талибан только укрепился, а значительного прогресса Афганистан в политическом развитии не достиг²⁷.

Газета «Блиц» публикует информацию о том, что в Афганистане американские военные останутся и после 2014 года, когда планируется завершение боевых действий. Министр обороны США Гейтс сказал, что между Вашингтоном и Кабулом в последнее время начаты дискуссии о партнерстве в области безопасности²⁸.

В другом материале рассказывается о том, что президент Афганистана Хамид Карзай в ходе переговоров по видеоконференции предупредил своего коллегу Барака Обаму, что не допустит жертв среди гражданского населения. Связано это заявление с тем, что солдаты НАТО убили мальчиков, которые собирали дрова на месте возможной дислокации войск повстанцев — эта проблема, пишет «Блиц», давно является серьезной международной проблемой²⁹.

Другой проблемой, по мнению президента Афганистана Хамида Карзая, является вмешательство иностранных государств во внутренние дела его страны. Так, на церемонии, связанной с днем независимости государства, он заявил, что иностранные государства должны прекратить вмешательство во внутренние дела его страны³⁰. «Блиц» пишет, что международное сообщество, особенно США, подвергло критике афганское правительство за широко распространенную коррупцию, которая, по их мнению, препятствует восстановлению страны после ряда конфликтов. Так, Соединенные Штаты оказывают давление на правительство Карзая с целью склонить его к серьезной борьбе с коррупцией, иногда даже угрожая прекращением финансовой помощи³¹.

При общем присутствии материалов на тему Афганистана можно говорить об отсутствии оценочной лексики относительно материалов о деятельности США и НАТО в материалах сербских изданий — в основном речь идет о подаче информации без дополнительного журналистского анализа событий.

Сербские средства массовой информации часто приводят объективную оценку событий, оставляя сухую информацию для восприятия читателя. Тем не менее, присутствует и ряд манипулятивных элементов —

прежде всего количественное доминирование одной и той же информации, в результате чего происходит создание объективного контекста (т.е. информация сообщается с помощью появления новых материалов того же контекста). Кроме того, современные сербские издания часто используют оценочную лексику в своих материалах — вспомним материалы про взрывы и слова типа «уничтожить», «животные», «звери», также использование оценочного слова «повстанцы».

Можно говорить также об отсутствии использования кавычек в тексте в прямой речи и использовании обратного оборота — например, во фразе «Мнение Международного суда в Гааге должны принять с уважением», — сказал председатель Сербского движения обновления Вук Дражкович». В данном материале газеты «Блиц» цитата дается без кавычек, а сам человек, произнесший эту фразу, поставлен на последнее место в предложении — при чтении прежде всего читается основная мысль (о мнении суда), и текст становится объективным. Подобное речевое воздействие можно увидеть в ряде материалов — «Решение о провозглашении независимости Косова безвозвратно, — заявил французский шеф дипломатии» и др.

Таким образом, можно говорить о том, что современная периодика Сербии, наподобие ряда других западноевропейских изданий, становится различной по форме, но отнюдь не по содержанию. В текстах последнего времени превалирует прозвонная риторика, и если она не находится в своем открытом проявлении, то существует в скрытом — манипулятивном — виде.

г. Воронеж

Примечания:

1. Izbori u BiH samo potvrdili etničke podele u zemlji (www.kurir-info.rs/.../izbori-u-bih-samo-potvrdili-etnicke-podele-u-zemlji)
2. Кампања ће бити пуна ниских удараца (<http://www.politika.rs/rubrike/region/Kampanja-ce-bit-puna-niskih-udaraca.sr.html>)
3. Osuđeni za ratne zločine mogu se kandidovati na izborima u BiH (<http://www.blic.rs/Vesti/Svet/171583/Dnevni-avaz-Osuden-za-ratne-zlocine-mogu-se-kandidovati-na-izborima-u-BiH>)
4. Ibid.
5. Trudiću se da obezbedim stabilnost RS (<http://www.blic.rs/Vesti/Republika-Srpska/210165/Dodik-Trudicu-se-da-obezbedim-stabilnost-RS>)
6. Teroristički napad u moskovskom metrou (<http://www.vreme.com/cms/view.php?id=923339>)
7. Ruski mediji: Teror se vraća u Moskvu (<http://www.blic.rs/>

Vesti/Svet/182878/Ruski-mediji-Teror-se-vraca-u-Moskvu)

8. Teroristkinje aktivirale bombe u metrou, 38 mrtvih (<http://www.blic.rs/Vesti/Svet/182859/Moskva-Teroristkinjesamoubice-aktivirale-bombe-u-metrou-38-mrtvih>)

9. Москва у жалости (<http://www.politika.rs/rubrike/Svet/Moskva-u-zalosti.sr.html>)

10. Ibid.

11. Международный суд ООН: провозглашение независимости Косово правомерно (<http://www.rian.ru/world/20100722/257402916.html>)

12. Ibid.

13. Ibid.

14. Tadić: Teška odluka (<http://www.blic.rs/Vesti/Politika/199626/Tadic-Teska-odluka>)

15. Ibid.

16. Ibid.

17. Vlada mora da menja politiku prema Kosovu (<http://www.blic.rs/Vesti/Politika/199988/Jovanovic-Vlada-mora-da-menja-politiku-prema-Kosovu>)

18. Kosovo kao primer za autonomiju Mađara u Transilvaniji (<http://www.blic.rs/Vesti/Politika/199691/Kosovo-kao-primer-za-autonomiju-Madjara-u-Transilvaniji>)

19. Šta posle mišljenja MSP. (<http://politika.co.yu>)

20. Cvetković: Vlada će tražiti da skupština podrži rezoluciju // Odluka MSP-a ništa ne menja u odnosima Srbije i SAD (<http://www.politika.rs/rubrike/tema-dana/Cvetkovic-Vlada-ce-traziti-da-skupstina-podrzi-rezoluciju.lt.html>)

21. Cvetković: Vlada će tražiti da skupština podrži rezoluciju // SAD: Sprečavanje novih priznanja ne koristi Srbiji (<http://www.politika.rs/rubrike/tema-dana/Cvetkovic-Vlada-ce-traziti-da-skupstina-podrzi-rezoluciju.lt.html>)

22. Borba za Kosovo se nastavlja. (<http://www.kurir-info.rs/vesti/jeremic-borba-za-kosovo-se-nastavlja-43005.php>)

23. Ibid.

24. Poginuo predsednik Poljske Lech Kaczynski (<http://www.seebiz.eu/sr/politika/poginuo-predsednik-poljske-lech-kaczynski,73757.html>)

25. Ibid.

26. Poginuo poljski predsednik i još 95 putnika (<http://www.politika.rs/rubrike/Svet/Poginuo-poljski-predsednik-Leh-Kachinski.lt.html>)

27. Tranzicija za Avganistan. (<http://www.politika.rs/rubrike/Svet/Tranzicija-za-Avganistan.lt.html>)

28. Gejts: Američka vojska ostaje u Avganistanu i posle 2014. (<http://www.blic.rs/Vesti/Svet/239879/Gejts-Americka-vojska-ostaje-u-Avganistanu-i-posle-2014>)

29. Karzai upozorio Obamu na problem civilnih žrtava (<http://www.blic.rs/Vesti/Svet/239063/Karzai-upozorio-Obamu-na-problem-civilnih-zrtava>)

30. Ibid.

31. Karzai: Strane sile da se ne mešaju u unutrašnja pitanja (<http://www.blic.rs/Vesti/Svet/227497/Karzai-Strane-sile-da-se-ne-mesaju-u-unutrasnja-pitanja>)



Т. Осенкова

Противостояние неолиберальной и левосоциалистической прессы Латинской Америки

(на примере анализа публикаций, посвященных важнейшим событиям 2010 года)

2010 год оказался для «пылающего континента» очень богатым на политические события. При этом одни и те же явления политической действительности описывались и комментировались различными СМИ совершенно под разными углами: причина тому — постоянная информационная борьба неолиберальной и социалистической прессы. Итак, для того, чтобы вникнуть в суть информационной и политической обстановки в Латинской Америке, кратко проанализируем реакцию прессы на важнейшие события года.

В начале года Президент Венесуэлы Уго Чавес принял решение о девальвации национальной валюты боливара. Были введены два обменных курса: первый, предназначенный для часто импортируемых товаров, от автомобилей до строительных материалов, составит 4,3 боливара за доллар вместо прежних 2,15. Второй обменный курс для стратегически важных товаров, таких как продовольствие или медицинское оборудование, составит 2,6 боливара за доллар. Более высокий курс боливара применяется в операциях, связанных с автомобилестроением, телекоммуникациями, табачным бизнесом, нефтеперерабатывающей отраслью, а также электронными технологиями. Девальвация национальной валюты была призвана помочь экономике страны выбраться из рецессии, в которой она оказалась в 2009 году.

Известие о предстоящих радикальных мерах не осталось незамеченным в мировой прессе, особенно сильно оно муссировалось в венесуэльской прессе. Рассмотрим реакцию двух влиятельных ежедневных газет EL Nacional и El Universal.

На страницах El Universal мы видим несогласие с политикой президента. Но стоит также обратить внимание, что оно выражается не напрямую, а по средствам ссылок на авторитетные источники. Например, 13 января был опубликован обзор зарубежной прессы — что пишут в других странах о девальвации боливара: «Публикации испанских газет El Pais и El Mundo и британской Financial Times были посвящены риску девальвации боливара, о которой объявил в прошлую пятницу президент Уго Чавес»¹. После многочисленных цитат, в которых говорилось об опасностях, которые сулит реформа, и о некомпетентности Чавеса («все указывает на распад венесуэльской экономики в 2010 (...) Совершенно ясно, что приказы Чавеса ввергли страну в колодезь»), — автор обзора все-таки упомянул о том, что все зарубежные политические

обозреватели признали, что девальвация была необходимым шагом: «Испанская газета согласна с британскими, что “девальвация была неизбежной”».

Гораздо более радикально высказывалось мнение на страницах El Nacional: «Девальвация, объявленная национальным правительством, является серьезным ударом по карману венесуэльского народа. Правительство преследует цель получить как можно больше денег в год выборов, оно хочет разорить венесуэльский народ». Обратим внимание, на категоричность автора. При этом нигде в материале не объяснено, какие проблемы может повлечь за собой реформа — никакого анализа, никаких мнений экономистов, только высокопарные обвинения.

Далее следуют фразы, которые можно считать призывом к перевороту: «от имени подавляющего большинства народа, которое стремится развиваться в условиях мира, свободы в стране, где доходы тех, кто работает, имеют покупательную способность, мы призываем всех венесуэльцев присоединиться к борьбе за политические перемены в руководстве страны, что позволяет нам восстановить демократию в Венесуэле, где интересы народа будут выше интересов действующего правительства»². Выглядит достаточно странно, когда редакция одного либерального издания (даже не группы), принадлежавшего медиамагнату Отеро, берет на себя ответственность выступать от лица народа и призывает читателей к борьбе против существующей власти. Тем не менее, законодательство Венесуэлы никак не запрещает подобного рода публикации (законы, запрещающие распространение информации, призывающей к насилию, беспорядкам, неповиновению распространяются только на электронные СМИ).

На основе произведенного анализа можно сделать следующие выводы: во-первых, утверждения о том, что свобода слова в венесуэльской прессе постоянно попирается, можно назвать беспочвенными, так как на страницах оппозиционных газет можно увидеть достаточно жесткую критику действий правительства. Во-вторых, стоит отметить, что печатные издания Венесуэлы пользуются этой свободой в неблагородных целях: анализ двух использованных материалов показал, что тексты буквально построены на манипулятивных приемах: использование мнений авторитетных изданий, голословные пафосные обвинения, призывы от лица народа и т.д.

26 сентября 2010 года в Венесуэле прошли парламентские выборы. Они стали важной победой для государственной социалистической революции. Такое заявление сделал президент страны Уго Чавес, чья партия удержала большинство мест в Национальной ассамблее.

По данным избиркома, правящая партия У. Чавеса получила по меньшей мере 90 из 165 мест в парламенте.

Между тем, даже получив более трети мест в парламенте, оппозиция осталась недовольной итогами выборов в Венесуэле³.

Неоднозначно результаты выборов восприняла и латиноамериканская пресса: в то время как одни издания обсуждают результаты и последствия, другие настраивают читателя на ожидание ответного удара от оппозиции.

Так, в газете *El Nacional* был опубликован материал о том, что венесуэльская оппозиция собирается формировать коалицию, которая была бы способна выступить на выборах 2012 года. «Рамон Гильермо Авелло заявил, что альянс будет воплощать четыре основных аспекта: поставить на повестку дня выполнение парламентских обещаний, принять общую позицию в основных вопросах, назначить членов комитетов и руководителей на основе комплексного подхода и расширить и углубить корни оппозиции во властных структурах»⁴.

EL Universal опубликовало интервью с губернатором Миранды Энрике Каприлесом с довольно неожиданным подзаголовком — «Здесь нет социализма». Губернатор говорил о необходимости создания «новой Венесуэлы». «Теперь мы должны прийти к глубокому обновлению текущей политики». Также политик говорил, что все надежды он возлагает на предстоящие выборы мэров, губернаторов и президента. Также он считает, что на президентских выборах должны быть проведены праймериз⁵.

Газета «Гранма», официальный орган ЦК Коммунистической партии Республики Куба, также посвятила несколько материалов на тему парламентских выборов в Венесуэле. «Чавес неоднократно хвалил работу Национального избирательного совета (CNE) за «высокий профессионализм», — пишет «Гранма», — они показали его во время воскресных выборов, в которых более 17 миллионов венесуэльцев были вызваны избрать 165 членов Национальной ассамблеи. «Это система одна из лучших в мире, если не лучшая в мире», сказал Чавес⁶.

Особое внимание стоит уделить «Размышлениям Фиделя Кастро»: в колонке под названием «Что они хотят — так это венесуэльскую нефть» Кастро высказал мнение по поводу прошедших выборов, их значения как для социалистической революции, так и для США и капитала, которые, по мнению Фиделя, приложили руку к тому, чтобы сторонники Чавеса получили меньшее, чем ожидалось, число голосов: «Враг частично добился своих намерений: помешать тому, чтобы Боливарианское правительство получило поддержку двух третей парламента. Возможно, империя думает, что одержала большую

победу. Я думаю как раз наоборот: результаты 26 сентября представляют собой победу Боливарианской революции и ее лидера Уго Чавеса Фриаса. На этих парламентских выборах участие избирателей достигло рекордной цифры в 66,45 процента. Империя с ее огромными средствами не смогла помешать, чтобы Объединенная социалистическая партия Венесуэлы, когда еще не хватает результатов по 6 округам, получила 95 из 165 мест парламента. Самое важное — что в парламент вошло значительное число молодых людей, женщин и других боевых и испытанных членов партии».

Кастро в своих размышлениях приходит к выводу о том, что империализм из последних сил пытается уцепиться за последние остатки своих сторонников, и победы социалистической революции в Венесуэле не миновать: «Боливарианская революция обладает сегодня исполнительной властью, широким большинством в парламенте и партией, способной мобилизовать миллионы борцов за социализм. Соединенные Штаты опираются в Венесуэле лишь на осколки партий, которых сводит вместе страх перед Революцией и грубые материальные аппетиты. Они не смогут прибегнуть в Венесуэле к государственному перевороту, как сделали с Альенде в Чили и как сделали в других странах Нашей Америки»⁷.

Проанализировав некоторые материалы двух правых венесуэльских газет и кубинской «Гранмы», мы приходим к выводу, что выборы в парламент внесли некоторую неоднозначность в политическую обстановку Венесуэлы: результатами по большому счету не довольна ни одна сторона. И это лишь начало большой борьбы, которая разразится накануне президентских выборов, активная подготовка к которой уже запущена по обе стороны баррикад.

Осенью 2010 года муссировались события, произошедшие в другом государстве, не так давно примкнувшем к социалистической блоку Латинской Америки. В конце сентября 2010 года в Эквадоре произошла попытка свержения действующего президента Рафаэля Корреа. Взбунтовавшиеся полицейские и военные захватили аэропорт в столице, полностью заблокировав воздушное сообщение с городом, бросали президента слезоточивыми гранатами во время митинга, а позже заблокировали действующего главу государства в госпитале, куда он был доставлен после митинга. Полицейские также вторглись в здание государственного телеканала и попытались заблокировать его вещание⁸.

Причиной начавшихся в Эквадоре беспорядков стал принятый парламентом закон, отменяющий практику увеличения льгот и награждения полицейских и военных медалями при каждом повышении по службе. Новый закон также увеличил с пяти до семи лет интервал между присвоением очередного звания.

Уже через несколько дней ситуация была полностью урегулирована, после чего стали муссироваться различные версии случившегося, появились даже слухи о том, что никакой попытки переворота не было — все это было спровоцировано самими властями, чтобы «затянуть гайки».

Действия полиции не нашли осуждения в эквадорской прессе. Даже напротив, во многих материалах делается упор на то, что полиция была спровоцирована митингующими. Так, в одном из материалов газеты «Универсо» мы встречаем цитату: «Мы хотели донести да президента реальное положение дел, чтобы он принял правильное решение, а оказалось, что он все уже решил без нас», — так объясняется причина, по которой действующего главу государства забросали слезоточивыми гранатами⁹.

Эквадорская газета «Ла Ора» выступила с серией едких карикатур, в которых обыгрываются дружественные отношения президента с Фиделем Кастро, а также приводит слова, сказанные во время митинга: «Если вы хотите убить президента, то я здесь».

Правая перуанская газета «Комерсио» ссылается на слова экс-президента, в которых отрицается обвинение Корреа в причастности к бунту полицейских, а также говорится о том, что ситуация была раздута президентом, чтобы «скрыть коррупцию в его правительстве»¹⁰.

Совершенно другая точка зрения приводится в кубинской газете «Гранма». Так, в материале «Кубинский посол выразил свою солидарность с эквадорским народом»¹¹ проводятся параллели между эквадорским бунтом и переворотом в Гондурасе, который произошел летом 2009 года. Ситуации действительно очень похожи: главу государства пытаются свергнуть не власть, а силовые государственные служащие, призванные служить народу и президенту.

В 2010 году в Латинской Америке произошло еще два очень важных для мировой общественности события — это выборы президента в Чили и Бразилии.

Для Чили, несмотря на то, что исход выборов был очевиден (по итогам второго тура победил медиамагнат Себастьян Пиньера, который не смог обогнать Мишель Бачелет на прошлых выборах), событие является сенсацией только потому, что Пиньера первый правый кандидат, победивший после падения диктатуры Пиночета¹².

Стоит отметить, что практически все латиноамериканские издания освещали триумф «чилийского Берлускони» спокойно, объективно и даже в какой-то мере благосклонно: начинания с газеты Чили «Меркурио», заканчивая кубинской «Гранмой». Возможно, на мнение прессы повлияла просьба Пиньеры к бывшему президенту о советах и помощи, чтобы «продолжить множество хороших начинаний, сделанных в период ее правления».

Что касается бразильских выборов, то единственная параллель, которую можно провести с чилийскими — это то, что президент был избран только во втором туре. Пост главы государства заняла легендарная Дилма Руссефф, дочь болгарского эмигранта-коммуниста Петра Русева, которая участвовала в 60-е годы в «городской герилье», созданной активистами социалистической партии Бразилии для борьбы с хунтой, в 1970 Дилма Руссефф была арестована, отправлена в тюрьму, где ее пытали; после того, как она вышла на свободу, она продолжила уже легальную политическую борьбу за права трудящихся. В 2008 году Лула предложил Руссефф в качестве преемницы, поэтому

скептики утверждают, что новый президент обязана своей популярностью бывшему главе государства, выведшему Бразилию из кризиса и сделавшего ее восьмой экономикой мира.

Неудивительно, что крупнейшая бразильская газета «O Globo» на протяжении всей предвыборной гонки освещала деятельность Дилмы Руссефф в выгодном свете. Стоит отметить, что «O Globo» принадлежит бразильской семье медиамагнатов Маринью, владельцев «Globo Organizations», включающую в себя также TV Globo и Радио Globo. В Бразилии мы можем наблюдать исключительный случай, когда СМИ не вступает в конфликт с левыми властями.

Особенно активно следили за предвыборной кампанией социалистические СМИ, не исключением была и газета «Гранма», на страницах которой уже в начале октября можно было прочесть слова уверенности в победе Дилмы: «Президент Бразилии проголосовал в Сан-Бернарду-ду-Кампу, в столичном регионе Сан-Паулу, и был уверен в победе Дилмы Руссефф»¹³.

Проанализировав ряд публикаций, посвященных важнейшим событиям для Латинской Америки за 2010 год, мы приходим к выводу о том, что информационная война между левосоциалистическими и неолиберальными изданиями продолжается, только в некоторых странах она чувствуется особенно остро (Венесуэла, Эквадор, Боливия и т.д.). Преимущественно это государства, где по-прежнему идет ожесточенная борьба за власть и где влияние неолиберального капитала на СМИ особенно велико. В других же странах (таких, как Бразилия, Аргентина, Чили) информационная культура вышла на более высокий уровень, при котором уважаемые издания стремятся сохранить хотя бы видимую объективность.

Некоторые издания, такие как эквадорская «Универсо» или венесуэльская «Насьональ», переходят в этой борьбе все дозволенные рамки, нарушая принципы журналистской деятельности, а зачастую находятся на грани закона. Естественно, это отражается и на общем качестве информации, которую дают печатные СМИ, издания, позиционирующие себя как качественные, по содержанию материалов, по склонности к сенсационности, по субъективности публикаций соответствуют массовой газете. Разумному читателю лишь остается находиться в постоянном поиске источников альтернативной информации, стремиться самому замечать попытки манипулирования, читая газетную публикацию — повышать свою политическую сознательность, что при невысоком уровне жизни и недоступности высоких технологий для некоторых слоев населения зачастую практически неосуществимо.

г. Воронеж

Примечания:

1 Prensa internacional resalta razón electoral de las medidas (http://www.eluniversal.com/2010/01/13/pol_art_prensa-internacional_1722642.shtml)

2 UNT: Devaluación anunciada es un duro golpe al estómago del venezolano

(http://el-nacional.com/www/site/p_contenido.php?q=nodo/116265/Econom%C3%ADa/UNT:-

Devaluación anunciada es un duro golpe al
estímulo del venezolano)

3 Чависты выиграли парламентские выборы в Венесуэле (<http://forum-msk.org/material/news/4231519.html>)

4 Oposición prepara reglamento para bancada de la Unidad (http://www.el-nacional.com/www/site/p_contenido.php?q=nodo/157802/Naci%3%B3n/Oposici%3%B3n-prepara-reglamento-para-bancada-de-la-Unidad)

5 «No soy el contendor con quien Chávez quiere montarse al ring» EL UNIVERSAL lunes 4 de octubre de 2010 (http://politica.eluniversal.com/2010/10/04/pol_art_no-soy-el-contendor_2058558.shtml)

6 Destaca Chávez democracia plena en Venezuela (<http://www.granma.cu/espanol/nuestra-america/27sept-destaca.html>)

7 REFLEXIONES DEL COMPAÑERO FIDEL

Lo que quieren es el petróleo de Venezuela (<http://www.granma.cu/espanol/reflexiones/27septreflexiones.html>)

8 Стрелецкий бунт в Эквадоре (<http://www.smi.ru/10/10/01/910197176.html>)

9 Viernes 01 de octubre del 2010 Política. Un sangriento rescate de comandos a Correa (<http://www.eluniverso.com/2010/10/01/1/1355/un-sangriento-rescate-comandos-correa.html>)

10 Opositor a Rafael Correa niega estar detrás de intento de golpe de Estado que puso en crisis a Ecuador (<http://elcomercio.pe/mundo/647581/noticia-opositor-rafael-correa-niega-estar-detras-intento-golpe-estado-que-puso-crisis-ecuador>)

11 Embajador de Cuba expresa solidaridad al pueblo de Ecuador (<http://www.granma.cubaweb.cu/2010/10/02/cubamundo/artic01.html>)

12 Elecciones brasileñas transcurrieron en absoluta tranquilidad, según Tribunal Electoral (<http://www.granma.cu/espanol/nuestra-america/4oct-elecciones.html>)

13 Ibid.



В. Сапунов

Манипулятивные технологии зарубежных телеканалов в освещении конфликта в Ливии

По мере эскалации гражданского конфликта в Ливии в первой половине марта 2011 года возникает все больше вопросов. Западные телеканалы давно приучили нас к возможности наблюдать боевые действия в прямом эфире (или хотя бы в записи). Так было во время двух войн в Ираке, так было в Югославии и в Афганистане. Но этого не было в Ливии. Когда началось противостояние правительства Муамара Каддафи и повстанцев, мы постоянно слышали об ожесточенных боях, немыслимом количестве трупов, гуманитарной катастрофе. **НО МЫ НЕ ВИДЕЛИ ЭТОГО!** В Восточной Ливии в те дни было большое количество западных и восточных журналистов, у которых были все условия для съемки. Но авианалетов и бомбардировок или танковых сражений. Шесть тысяч погибших (по данным международных организаций) — и ни одного видео массовых похорон, бомбежки мирного населения — и ни одного видеоподтверждения, ожесточенные бои — и ни одного видео сражений с применением бронетехники.

Все это актуализирует анализ технологий освещения ливийского конфликта ведущими западными телекомпаниями, которые и создавали для всего мира картину происходившего в Ливии. Цель данной статьи — определить манипулятивные стратегии основных западных телекомпаний (BBC, CNN, Sky News, FOXnews, ZDF, France 24) и ведущего панарабского канала "Al-Jazeera" в создании ими информационного пространства вокруг Ливии в дни гражданской войны.

В начале — обзор нескольких сюжетов CNN середины марта 2011 года. Сюжет "Rebel Training Camp" (Тренировочный лагерь повстанцев, 14.03.2011) из Бенгази.

<http://edition.cnn.com/video/#/video/world/2011/03/14/damon.libya.rebel.training.cnn?iref=allsearch>

В первые 20 секунд материала — толпа марширующих мужчин, голос журналистки за кадром: «Они учителя, банкиры, учащиеся. Простые граждане, как Ашаф Хаддат, студент, изучающий интернет-технологии. Он лишь несколько дней назад увидел впервые это оружие (в кадре молодой человек, щелкающий чем-то на новенькой американской безоткатной пушке M40), но ожидается, что скоро его придется применять в бою». «Это потому что я люблю свою страну», — подчеркивает он.

Замысел понятен несложно — показать, что против Каддафи воюют не обученные отряды повстанцев и не дикие бедуины, а простые граждане, специалисты и студенты, которые впервые в жизни видят оружие.

Студент, изучающий интернет-технологии, выступает как олицетворение этого. Кстати, откуда в лагере новая американская безоткатка? После частичного снятия санкций против Ливии государства — члены ЕС только в 2009 году выдали лицензий на продажу оружия и систем вооружений в Ливию на сумму в 293,2 миллионов фунтов стерлингов.

«Подгоняемые десятилетиями подавляемой ярости и желанием свергнуть Каддафи бесчисленные оппозиционные силы ринулись в бой, завоевывая территории. Но ситуация изменилась, когда они попали под мощные авиаудары и удары с моря и были вынуждены отступить».

Эти слова сопровождаются нарезкой любительского видео — клубы дыма из горящего здания, звуки автоматных очередей, бородатый мужик с подствольным гранатометом, перебегающий улицу, другой мужик стреляет из ямы с песком, третий, сидя в машине, выносит стекла в доме автоматными очередями, четвертый стреляет в кого-то, спрятавшись за металлической решетчатой оградой здания (хорошее и надежное укрытие, не правда ли?). Все это визуализирует необученность повстанцев, которые «встретились с хорошо вооруженной и обученной армией Каддафи».

Затем мы видим тренировочный лагерь повстанцев, в «засекреченном месте», где молодежь, по словам инструктора, «жаждущая воевать», получает, по словам журналиста, «за день столько же знаний, сколько солдат получает за месяц». Интересно, в какой армии солдатам за месяц дают знания, которые они могли бы получить за день? Наверное, не в очень дисциплинированной. Экспрессивное сравнение выступает здесь в качестве манипулятивной фигуры.

«Обучение проходит 7-10 дней, но по мере того как войска Каддафи приближаются, чувство тревоги (anxiety) растет».

Далее идет синхрон с молодым человеком на фоне затушированных домов (это должно создавать фон опасности и тревоги). У журналистки очень сочувственное и напряженное лицо, ее положительное отношение к интервьюируемому очевидно. Ее мимика должна переноситься на аудиторию и настраивать восприятие соответствующим образом.

«Как вы сказали, вы чувствуете, что осталось мало времени, — говорит журналистка». «Да, у нас практически нет времени... Потому что убито слишком много невинных. Мы ожидаем от него всего. Даже геноцида». Последнее слово молодой человек выговорил с трудом, в кадре перебивка, явно чувствуется звуковой монтаж. В арабской культуре и менталитете нет такого феномена, как «геноцид». Можно предположить, что

это слово было специально приготовлено для западной аудитории.

«Но вы не бойтесь?» — все та же сочувственная мимика журналистки. «Нет, я не боюсь, — отвечает молодой человек под звуки пулеметной очереди, — бояться нет времени... Мы собираемся атаковать, не собираемся оставаться здесь». Еще один штрих к типизированному коллективному портрету повстанцев — они не только умные, но еще и смелые.

«Как бы они ни были готовы, как бы они ни желали сражаться, есть ощущение, что без международной помощи, особенно без создания бесполетной зоны (no-fly zone) Каддафи, в конце концов, покончит с оппозицией», — продолжает журналистка (кадры тренировочного лагеря). «У них нет защитной брони, — говорит инструктор, — их броня — это вера и Бог». За этим следуют кадры большого количества коллективно молящихся мусульман, которые журналистка сопровождает словами: «Вера и энтузиазм привели их так далеко. Но не могут помочь им пройти весь путь. Войска Каддафи приближаются». «Руки протянуты к небу. Лица в слезах. Они молятся... О том, чтобы международная помощь не пришла слишком поздно...» Грубейшая и топорная манипуляция. Мусульмане не молятся никому, кроме Аллаха и пророков, и не молятся о ниспослании земных благ.

А затем гражданский митинг. Мы видим плакаты «Merci, France» (за признание оппозиционного Национального совета Ливии легитимным правительством), слышим скандирование «No-fly zone!», обязательно женщинами, мужчиной в очках, рядом с которым ребенок. «Люди знают, что, если они не победят, они все могут умереть», — заканчивает репортаж журналистка CNN. Еще один материал “Deserted medical clinic in Libya” (Брошенная медицинская клиника в Ливии, 14.03.2011, автор Н. Робертсон).

<http://edition.cnn.com/2011/WORLD/africa/03/13/libya.civil.war/index.html>

«Вот что осталось от машины скорой помощи здесь, в Рас Лануфе. 3 отверстия от пуль в салоне. Еще 3 отверстия в кабине, разбиты стекла». Это начало сюжета о заброшенной медицинской клинике около нефтехранилища в окрестностях Рас Лануфа. «Еще одна машина скорой помощи, она выглядит не пострадавшей, оборудование брошено в спешке, капот открыт», — журналист учащает дыхание и направляется к самой клинике, подлезает в разбитое окно. Внутри передвигается осторожными шагами. Оглядывается по сторонам. «Кажется, она брошена» (как будто он не знал об этом до начала съемки). “Seems deserted. Absolutely deserted”. Повторение, усиливающее напряжение. Далее экскурсия по клинике. «Здесь мы обычно регистрируемся. Лаборатория по забору крови. Некоторые вещи раскиданы, но большинство полок заполнены. Если повстанцы зайдут сюда, для них остались медикаменты... Хирургическая палата (журналист постоянно с опаской оглядывается по сторонам)». Затем снова: “this place is completely deserted”.

«Операционная. Сюда должны обращаться люди с ранениями... Койки нетронуты. Если повстанцы по-

лучали медицинскую помощь, то это было в другом месте». Сюжет окончен.

Цель сюжета — игра на жалости аудитории, заброшенная медицинская клиника с разбитыми стеклами создает жуткое впечатление. Осторожное передвижение репортера, постоянные взгляды по сторонам, приглушенный голос, учащенное дыхание, вербальный композиционный хребет должны создавать впечатление постоянного напряжения и страха. Последняя фраза должна создавать впечатление достоверности происходящего. Спасибо репортеру за то, что мы знаем, что раненых в этой клинике не было (они были в других).

Вообще, апелляция к жалости — характерный прием для CNN. В сюжете “Gadhafi forces retake rebel town, stateTV claims” (войска Каддафи возвращают мятежный город, утверждает государственное телевидение, 14.03.2011) репортер находится внутри разрушенного полицейского участка в Бен Джаваде. <http://edition.cnn.com/2011/WORLD/africa/03/13/libya.civil.war/index.html>

«Можно судить об ожесточенности боев в этом городе. Вот след от ракеты, запущенной из «Катюши» (в стенном проломе действительно гильза от снаряда), а под ним — детские ботинки». Комментарий об ассоциациях излишни. Остается лишь догадываться, как в полицейском участке оказались детские ботинки, но, судя по их полной сохранности, тот, кто их недавно носил (если кто-то вообще носил), должен быть жив и здоров.

Итак, манипулятивная матрица материалов CNN состоит из следующих компонентов.

1. Несоответствие картинки и содержания.
2. Олицетворение и персонализация (положительный коллективный портрет повстанцев).
3. Создание положительного коннотативного ряда в отношении повстанцев (teachers, bankers, couriers, love my country, brave, faith, passion, God и т.д.).
4. Создание отрицательного ряда в отношении правительства (genocide, kill innocents, air and naval bombardment, Katysha rocket).
5. Апелляция к жалости (молящиеся о международной помощи, заброшенная медицинская клиника, детский ботинок, женщины и дети на демонстрации).
6. Создание атмосферы напряжения и страха.
7. Невербальная манипуляция (сочувственное лицо журналистки, придыхание, осторожные шаги, взгляды по сторонам репортера).
8. Повторение и нанизывание конструкций для усиления экспрессии (it seems deserted...absolutely deserted, completely deserted).
9. Манипулятивное сравнение.

Теперь обратимся к сюжетам FOX news — частной телесети, которую в США традиционно идеологически противопоставляют каналу CNN. Материал от 17.03.2011 (автор Л. Виттерт) о событиях вокруг Рас-Лануфа.

<http://radioviceonline.com/video-libya-air-attack-video-on-fox-news-crew/>

В начале сюжета согнувшийся журналист бежит в кадре и кричит: «Каддафи наносит авиаудары по этой базе повстанцев». Его голос трудно различить из-за непрерывающихся автоматных очередей и огня из зенитных установок.

Затем показывают одного из воюющих повстанцев, одежда которого чистенькая, как если бы он собрался на парад, кто-то что то кричит, и затем под крики “Go! Go!!” толпа начинает пробежку. Визжащий голос репортера: «Над нами самолет Каддафи!!!!»

Вопрос — зачем они бегут и куда бегут? Если самолет собирается нанести авиаудар, то разве от него скроешься в пустыне? И зачем эти люди так интенсивно стреляют в воздух, если при появлении самолета они сразу разбегаются? Почему бы оператору не направить объектив камеры не на ноги убегающих, а на самолет, которого они так испугались? В кадре видно, кроме того, как совершающая пробежку толпа быстро останавливается. Но нужное впечатление зрители, конечно, получили.

После этого журналист спокойным голосом (а только что бегал) говорит: «В воздухе вы можете видеть очередной истребитель (мы его не видим), по нему ведется интенсивный огонь (huge amount of fire)». В разгар «интенсивных боев» один из мужчин в кадре спокойно ходит с красно-зелено-черным флагом в руках, которым он, видимо, воюет с Каддафи. Зато телекартинка с флагом получается весьма цельной.

«Только что мы видели два мощных авиаудара, вы можете видеть взрыв упавшей бомбы». В кадре облако черного дыма и мужчины, победно размахивающие руками на их фоне. Почему оператор, находящийся на месте события, не запечатлел момент этих взрывов, остается только догадываться.

«Повстанцы пытаются сбить один из этих истребителей, сделанных в России», — продолжает репортер. «Мы можем слышать хлопки над нами. Сила огня, который ведется по самолетам, действительно впечатляет». В кадре стрельба из зенитных установок и облако дыма в небе.

В прямом включении из Аждабии ранее (6.03.2011, <http://vodpod.com/watch/5708755-leland-vittert-from-ajdabiya-libya-fox-news-video-foxnews-com>) тот же журналист говорит о тяжелых боях за город, 30 погибших среди повстанцев, огромном количестве раненых, о том, что «повстанцы добились больших успехов».

«Сегодня мы были на самой линии фронта, около города Рас Лануф, который они захватили вчера и затем продвинулись вперед на 40 километров. Теперь их главная цель — родной город Каддафи Сирт, оплот правительственных сил, за который развернутся кровавые бои».

На «линии фронта» мужчины трясут автоматами, пьют чай, трапезничают, курят сигареты, неподалеку мирно пасутся стада верблюдов. И НИКАКИХ следов сражений.

Репортер говорит о самолетах и вертолетах Каддафи, которых все боятся — повстанцы и гражданское население (everyone terrified of), которые приносят разрушения (в сюжете только кадры нетронутых домов, и зеленые деревья). «Мы слышали два взрыва от

авиабомб, которые были сброшены на военные объекты. Мы не можем сказать, пострадал ли кто-нибудь. Но страх от этих истребителей поражает (fear of those fighter jets... is striking).

«В последние дни организация действий повстанцев улучшилась, мы видели парней в униформе, улучшились поставки. Вся территория на Западе теперь за повстанцами, она толкает их на Восток, к Триполи». Победа близка, дорогие американцы! Но как повернулись события дальше, всем известно.

Пропагандистский материал FOX в основном построен на несложных, но эффектных манипуляциях картинкой, языковая манипуляция употребляется в основном для создания иллюзии боев (huge amount of fire) и нагнетания страха (fear, terrified).

Теперь о материалах ведущих британских телеканалов — государственного (BBC) и частного (Sky News). Обратимся к сюжету BBC “Amateur video shows continuing protests in Libya” (Любительское видео показывает продолжающиеся протесты в Ливии, автор Иан Пэннел, 22.02.2011, <http://www.bbc.co.uk/news/world-middle-east-12544652>).

В начале материала мы видим толпу громко орущих мужчин, что-то поджигающих и бьющих палками. Репортер начинает сюжет словами «Их сопротивление поражает. В них стреляют, возможно, даже бомбят. Сотни, возможно, погибли. И все равно здесь, в центре Триполи, они готовы выйти на улицу».

Следуя своему стилю, BBC щедро использует смягченную модальность, сопровождая спорные эпизоды категориями вероятности. “They’ve been shot at and, perhaps, even bombed. Hundreds may have died”. Разумеется, при этом смягченная модальность не отвлекает зрителя от главной мысли послания. На фоне горящих костров журналист говорит о том, что «они хотят новое правительство и достойной жизни».

После кадров ставшего уже знаменитым выступления Каддафи из руин разрушенного авиацией США в 1986 году здания голос за кадром говорит нам, что «постановочное выступление вряд ли убедит многих, вне круга верных» (на этом фоне солдат целует лидера ливийской революции). Манипулятивная фигура утверждения, хотя и снова со смягченной модальностью (unlikely to convince many).

Далее репортер говорит о том, что невозможно сказать, сколько сейчас сторонников у правительства, но точно то, что они организуют ежедневное присутствие на государственном телевидении. Фраза “Certainly, they’ve managed a daily appearance on state television” открыто выражает отношение автора к происходящему как к постановке (глагол to manage). При этом, как уже известно, манипулятивный тезис «о круге верных» не нашел своего подтверждения — лояльных Каддафи граждан Ливии оказалось куда больше, чем предполагал репортер.

После этого — антитеза. Кадры сильно подпаленного здания парламента, который репортер иронично называет “so-called People’s Hall”. Противопоставляются кадры гуляющих под музыку на площади сторонников Каддафи и «настроение представителей народа», поджигающих правительствен-

ные здания. «Символичность того, что происходит, разищая», — говорит журналист. Отглагольная форма “striking” призвана усиливать экспрессию.

Затем репортер говорит о том, что «подробности происходящего трудно понять, но видео и сообщения из города говорят о большом военном присутствии... Некоторые пригороды полностью оцеплены, оттуда приходят ужасающие рассказы о безжалостном насилии».

Далее начинается самое любопытное. Голос за кадром говорит: «Я врач. Я вижу много-много-много людей, умирающих на моих глазах. Людей очень-очень много, происходили массовые убийства, особенно-особенно вчера и позавчера». Выступления этой женщины в сюжетах BBC тех дней были нередкими (см. например, <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-12517327>). Они пронизаны экспрессией, повторениями, акцентом на ключевые слова “death”, “dye”, “massacre”, “kill”, “horror”, “lots, lots (many, many) of people” и т.д., и не отпускают от мысли, что над ними поработал человек, знающий толк в пропаганде и манипуляции. В любом случае, этот источник достоверным считать нельзя. На видео — катающаяся по городу машина, которая должна создавать иллюзию достоверности.

Затем снова картинки людей что-то ломающих и поджигающих, и это сопровождается словами о том, что «...смерть и беспорядок только усиливают протесты, и неясно (unclear), прислушаются ли армия и полиция к призывам Каддафи восстановить порядок». Снова смягченная модальность.

Сюжет заканчивается стэндапом репортера у ливийской границы. «Информацию о том, что происходит в стране, мы можем получать от тех, кто бежит из страны (в этом сюжете таких синхронов нет), или от тех смелых, кто передает информацию из закрытых районов (trapped inside). Они рисуют мрачную (grim) картину».

«В стране объявлено чрезвычайное положение. Это означает, что никто не может пересечь границу и по сути оказался в ловушке (снова trapped) в собственной стране, чей лидер показал, что скорее будет убивать свой собственный народ, чем даст ему свободу, которой он жаждет». Манипулятивный прием — утверждение в выводе.

Подводим итоги. Манипулятивная матрица сюжета состоит из следующих компонентов.

1. Бездоказательные утверждения.
2. Несоответствие картинки и текста.
3. Ссылки на недостоверные источники.
4. Использование конденсированных слов-якорей для создания отрицательной коннотативной цепочки (“death”, “dye”, “massacre”, “kill”, “horror”, “grim”, “trapped” и т.д.).
5. Смягченная модальность.
6. Противопоставление положительного и отрицательного.
7. Повышенная экспрессия (как позитивная, так и негативная).

Столь агрессивная манипуляция обычно характерна для BBC в очень важные для глобального миро-

устройства моменты (например, войны в Югославии или Ираке) и подчеркивает особую важность для мировой элиты событий в Ливии.

Теперь сюжет канала Sky News от 10.03.2014, без названия, автор Д. Вэкон.

<http://news.sky.com/skynews/Home/World-News/Libya-Gaddafi-Attacks-Rebels-In-Eastern-Towns-As-Saif-Gaddafi-Warns-Of-Full-Scale-Action/Article/201103215949416>

В начале материала звук выстрела, расфокусированная камера намекает нам на то, что в машину кто-то садится и в спешном порядке уезжает откуда-то, из окна машины видно облачко черного дыма. «Во второй половине дня повстанцы бегут из Рас-Лануфа... Бегут, рассказывая истории о том, как сам город подвергся бомбардировке».

Из окна машины взволнованный бородатый мужчина в чалме и шемаге рассказывает: «Бомба упала рядом с больницей. Все доктора убежали. Бомбы падали около мечети и рядом с людьми на улицах». Никаких видеодоказательств (воронки от бомб, разрушенные здания) этому в сюжете нет.

«Войска Каддафи подвергли интенсивному артиллерийскому обстрелу позиции повстанцев в пустыне на западе от города. Снова под обстрел попали нефтяные объекты. Затем снаряды стали падать ближе к городу, вынудив нашу съемочную бригаду покинуть город». Под эти слова — снова облако черного дыма, интенсивная стрельба из зенитных установок (непонятно по кому) и бегущие мужчины. Как выяснилось позже, нефтехранилища подожгли сами отступавшие повстанцы, о чем сообщали другие западные каналы, в частности CNN.

«Пока мировые лидеры обсуждают возможность создания бесполетной зоны, самолеты Каддафи снова в воздухе, поддерживая его сухопутные войска. Повстанцы отвечают ожесточенным огнем из установок ПВО».

Бородатые мужчины показывают куда-то в воздух, в том числе двумя пальцами, изображающими победу, туда же стреляют и зенитки. Мужчина в каске стреляет из зенитной пушки, делает это весьма расслабленно, оглядывается по сторонам, словно спрашивая: «Вы успели снять? Кадр получился?» Но в воздухе ничего не видно, самолеты не летают...

Как признало позже руководство повстанцев, никаких боев за Рас Лануф, видимость которых так усердно создавали западные СМИ, не было, и повстанцы отступили при приближении армии Каддафи. Абдель Фаттах Юнус — один из лидеров повстанцев — назвал это «тактическим отступлением».

Далее мужчина в бейсболке говорит о том, что «у Каддафи тяжелое оружие, а у нас ничего нет. Где все? Нам нужна помощь».

«Эти слова поддерживаются сотнями людей на улицах Бенгази (кадры демонстраций с красно-черно-зелеными флагами, плакат «Это не гражданская война. Мы сражаемся за нашу свободу»). Более трех недель они призывают к помощи извне и до сих пор ждут. В городе снова похороны (more funerals in the city). Несут хоронить последних из тех, кто погиб в сражениях (latest to die in the fighting, в кадре два гроба,

которые несут по улицам)». Возникает вопрос, где и когда они погибли, если сражения в те дни шли в 400 километрах от Бенгази. Выражения (“more funerals” и “latest to die”) используются для создания впечатления длительности процесса.

«Более недели войска Каддафи отступали, преследуемые плохо вооруженными повстанцами (в кадре бородатый мужик с советским ПЗРК «Стрела» (SA-7) и другой бородач с натовской штурмовой винтовкой FN-FAL с подствольным гранатометом). Но теперь тяжелое оружие Каддафи находит свою цель (в кадре танк, который явно разезжает в районе того же блок-поста, откуда ведется репортаж и потому не может принадлежать ливийской армии). Запад уже под их контролем, теперь Каддафи принялся за своих врагов на Востоке)».

Теперь сюжет Sky от 14.03.2011, автор Э. Хертс.

<http://news.sky.com/skynews/Home/World-News/Libya-Britain-And-Lebanon-Table-UN-Resolution-For-A-No-Fly-Zone-Over-Libya/Article/201103315952527?lid>.

Материал из окрестностей города Аждабия снова начинается кадрами огня из зенитной установки под слова репортера «Это начало сражения за Аждабию. Военные самолеты Каддафи атакуют, его сухопутные силы наступают с Запада». В кадре барражирующий в воздухе самолет Су-22, в который, видимо, стараются попасть повстанцы. Камера не переходит с самолета на землю, поэтому точно сказать, где летает самолет, нельзя, хотя небо в различных кадрах сюжета подсказывает, что истребитель действительно где-то неподалеку.

«Повстанцы еще были настроены на сопротивление (were determined to make a stand), когда мы снимали их (в кадре мужчины в кувфиях машут руками, из проезжающей машины позирует молодой человек в арафатке и темных очках, из окна торчит ствол автомата)... Всего лишь через час правительственные войска подошли к городской черте», — говорит журналистка мрачным и грозным голосом.

Далее она в кадре в каске и бронежилете (создается впечатление опасности происходящего), за спиной на заднем плане плохо различимая небольшая яма, которая, видимо, должна создавать впечатление воронки (авиационная бомба, сброшенная с Су-22, оставляет воронку глубиной от 5 до 15 метров). «Это знак того, что они намереваются подойти ближе к этому ключевому городу, последней остановке на пути к оплоту повстанцев — Бенгази».

Далее картины из самого города. «Люди здесь уже погибли. Эта машина попала под авиаудар, и ее пассажир погиб». Хроно 2.15. Средний план машины, которая выглядит абсолютно нетронутой. Через стекло ничего не видно. Возможно, пассажир был убит осколком, и в машине действительно находится труп, но картинка не дает нам ни малейших доказательств этого.

«До этого армия Каддафи воевала в большей частию незаселенных районах (а как же бомбежки мирного населения, о которых так щедро сообщалось ранее?), в Аждабии живет 100 тысяч человек, и они испуганы (scared). «Здесь царит ужас. Все запуганы

(there is complete terror here, everyone's frightened)», — говорит в камеру мужчина лет пятидесяти. А чего они боятся? Разве в каком-то городе, занятом войсками Каддафи, были устроены массовые расстрелы или погромы? Ни одного факта каких-либо преследований нет. Да и город, как и все предыдущие, был оставлен практически без боя.

«Они могут только смотреть в небо и ждать, когда упадет очередная бомба (где доказательства того, что они падают на город?)». В кадре молодые люди, которые смотрят в небо, где летает самолет.

Сомнения усиливает следующий синхрон. Мужчина, рядом с которым, разумеется, стоит ребенок, говорит: «Каддафи разрушил мой дом. Они бомбили повсюду. Каддафи разрушил мой город Аждабию, мою улицу. Это Каддафи». Но ни одного кадра разбомбленных зданий, улиц, города мы не видим. Мужчина разговаривает на фоне абсолютно целых построек.

«У повстанцев мало средств, чтобы защищаться от наступления Каддафи (onslaught)». После этого мужчина показывает журналистке автомат в своей машине и говорит: «У нас только Бог и вот это старое оружие». «Пуля застряла, поэтому он больше не работает», — для большей убедительности журналистка говорит на фоне крупного плана автомата.

А как же новые натовские штурмовые винтовки FN-FAL, безоткатные зенитки M40, крупнокалиберные пулеметы и другое оружие, которое были поставлено западными странами в Ливию после частичной отмены санкций в 2008 году и которое тоже находится в руках повстанцев? Об этом свидетельствуют многочисленные видео и фотографии, но в этих сюжетах они попадают в кадр лишь случайно.

«Если повстанцы отступят из Аждабии, мало что сможет остановить быстрое продвижение правительственных сил в Бенгази — последний оплот сокращающейся в размерах свободной Ливии», — заканчивает репортаж журналистка Sky.

Манипулятивная матрица сюжетов Sky выглядит следующим образом.

1. Несоответствие картинки и содержания.
2. Семантический каркас ужаса (complete terror, scared, frighten, fear, flee и т.д.).
3. Отрицательная коннотативная цепочка по отношению к правительственным войскам (bomb, kill, onslaught, broke, die, funeral, jets, war plane, heavy weapon).
4. Положительная коннотативная цепочка по отношению к повстанцам (determined, make a stand, fight for freedom, free Libya, stronghold).
5. Умолчание (ничего не говорится о новом натовском оружии, находящемся в распоряжении повстанцев).
6. Ссылка на сомнительные источники, не подкрепленные доказательствами.
7. Подмена общего частным (кадры похорон в Бенгази и текст, их сопровождающий).
8. Интонационное воздействие (мрачный голос журналистки, вещающей о наступлении сил Каддафи).

Сюжет немецкой компании ZDF “Libyen außer Kontrolle” (Ливия вышла из-под контроля, 23.02.2011).

<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1268146/Libyen-ausser-Kontrolle>

Немецкий журналист подходит к событиям в Ливии со стремлением к точности и документальности, начиная репортаж кадрами с кладбища, где хоронят погибших в результате беспорядков. “Graber geben sie aus am Stadterend von Tripolis. Graber für die toten der Revolution.” (Могилы на окраинах Триполи. Могилы для убитых во время революции) — под эти слова мы видим кадры нескольких десятков свежевырытых могил, куда, видимо, должны положить жертв ливийских волнений.

Огромное кладбище должно создавать впечатление большого количества жертв, равно как и слова журналиста о том, что «ежедневно количество убитых растет... Правозащитники говорят о 650 погибших, но называется и цифра в 2000».

При этом ни гробов, ни трупов мы не видим, когда появились другие могилы, неизвестно. Непонятно, сколько человек похоронили действительно, кто их убил, мы тоже не знаем. Ни плачущих родственников, и вообще, почти никого вокруг. Где молитвы, кто читает Коран за умерших? Где венки, обязательные для похорон по мусульманскому обычаю? Странная церемония захоронения.

Документальность и достоверность кадров, следовательно, вызывают вопросы, как и сведения о количестве жертв, без которых, разумеется, не обошлось. Огромные цифры погибших (и это до начала военных действий) используются для демонизации режима Каддафи, и расплывчатые кадры с кладбища должны визуализировать это впечатление. Вспоминая прямые трансляции на западных каналах захоронений жертв трагедии в Сребренице во время гражданской войны в Боснии, использовавшиеся для антисербской пропаганды, трудно отделаться от сомнений.

Надо сказать, что жертвы столкновений в Ливии нередко попадают в объектив камер ZDF. Например, в конце сюжета “Alltag im befreiten Osten” (Будни на освобожденном Западе) мы видим кадры из больницы в Бенгази, где люди показывают раны и увечья, которые они получили во время беспорядков (<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1274098/Alltag-im-befreiten-Osten-Libyens>).

Вернемся к сюжету. Его продолжают кадры уличных беспорядков в Ливии, горит костер, один из демонстрантов показывает гильзу. Журналист говорит о том, что «люди вышли требовать свободы и справедливости (Freiheit und Gerechtigkeit), и Каддафи начал стрелять в них, они были «жестоко и кроваво» (blütig und brutal) подавлены властью... Несмотря на это, протесты не заканчиваются, и тысячи людей снова выходят на улицы».

Слово получают два протестующих. «Каддафи — не человек, он убийца (Mörder)!\», — эмоционально кричит один. «Каддафи уничтожил (zerstört) нашу страну!\», — вторит ему другой. Среди протестующих — мальчик в военной фуражке (даже дети понимают). Сторонники Каддафи в сюжете слова так и не получили.

Далее фотографии из города Тобрук, на западе страны, где повстанцы подняли красно-черно-

зеленый флаг (кстати, огромное количество у повстанцев государственных флагов Ливии 1951–69 годов в самом начале акций подтверждает их спланированность) над спаленным зданием, сжигают Зеленую книгу Каддафи, несут плакаты с карикатурами на вождя ливийской революции и «клянутся, что никогда не вернуться к старому режиму». На одной из карикатур Каддафи изображен со звездой Давида на голове (очевидный ярлык, не несущий реального смысла). На последней фотографии — женщины, победно вскинувшие руки, на первой это же делают подростки.

За этим следуют кадры беженцев у тунисской границы, один из которых показывает ссадины на теле, которые он получил от военных. Он рассказывает, что «человеку, который пришел в больницу с переломом руки, военные отрезали голову (schlag den Kopf ab)». «Пожалуйста, нам нужна ваша помощь!» — эмоционально кричит он в конце.

Потом синхроны с немцами, которые улетели из Ливии на Мальту и «испуганно» (schrecklich) рассказывают о том, что с ними происходило (испуга в их глазах совершенно не видно, хроно 2.16–2.40). Один из них говорит, что в районах демонстраций были слышны автоматные очереди и взрывы гранат, а полицейский участок неподалеку от его дома сгорел, были погибшие. Другой просто говорит о хаотической ситуации в стране.

«Вечером противостояние продолжится, — заканчивает репортаж журналист, — люди выходят на демонстрации за перемены» (Wandel und Veränderung).

Итак, манипулятивную матрицу сюжета ZDF можно представить следующим образом.

1. Создание отрицательной коннотативной цепочки в отношении правительства (totten, Mörder, zerstört, Gräber, schißen, blütig, brutal, Gewalt, Feuer, abschlagen, verletzen, schrecklich и т.п.).
2. Создание положительной коннотативной цепочки в отношении противников Каддафи (Freiheit, Gerechtigkeit, Wandel, Veränderung и др.).
3. Создание отрицательно-экспрессивного видеоряда (могилы, пожары, беженцы, ссадины, обгоревшие здания, пули, оружие (никаких военных действий тогда еще не было)). Между тем, по свидетельству блоггеров, в большей части Ливии в те дни царил мирная жизнь, о чем в сюжете не говорится ничего.
4. Манипуляция в косвенной речи (синхроны только с теми, кто против Каддафи).
5. Претензии на документальность (кадры могил в начале сюжета, которые не могут служить достоверным подтверждением огромного количества жертв).
6. Манипуляция символами (сожжение зеленой книги, звезда Давида, женщины и дети).

В целом, как и вышеприведенные аналоги, сюжет выдержан в черно-белых тонах (Каддафи — плохой, оппозиция — хорошая), о причинах конфликта журналист даже не упоминает, ограничиваясь общими, конденсированными словами и повышенной эмоционально-экспрессивной окраской.

Показателен сюжет канала France 24 «Plongée au cœur des combats de RasLanouf» (В сердце боев в Рас Лануфе, 11.03.2011)

<http://www.france24.com/fr/20110310-libye-kadhafi-insurges-ras-lanouf-co...>

Беспорядочно бегающие люди, звуки автоматных очередей в воздух, машины, покидающие город, амбулатории на колесах в хаотическом движении, свидетельства испуганных очевидцев о взрывах и черных снайперах, разможивших кому-то голову (место происшествия репортеру неизвестно, «l'endroit n'est pas sûr», хотя такие факты в Ливии действительно имеют место, что подтверждено видеозаписями), испуганный человек в городе с натовской винтовкой FN FAL, напряженные лицо и поза журналиста. Но ни одного видео боевых действий. Ни одного трупа. А ведь их France 24 показывает с удовольствием, о чем свидетельствует, например, сюжет о событиях в Кот д'Ивуаре (<http://www.france24.com/fr/20110303-le-pays-impasse-une-sortie-crise-sombre-violence-spectre-guerre-civile-onuci-cote-ivoire-ouattara-gbagbo>).

1.01-1.09 (хроно) «Около больницы свистят пули», — голос репортера. «coute les balles. coute les balles» (слушай пули), — говорит кто-то в машине. Расфокусированная камера, как по заказу, начинает снимать руль машины. Пули действительно слышно, но кто и где стреляет, непонятно.

В сюжете немало кадров зенитных установок, стреляющих непонятно в кого. Мужик с патроншаем (под патроны НАТО) наперевес рассказывает о ракетных и авиационных обстрелах города. Мужик с мегафоном призывает всех, у кого есть оружие и амуниция, сесть в грузовик, чтобы вернуться в город (а зачем тогда в чистое поле выехали?). Вообще вся эта толпа у «блокпоста» производит странное впечатление и не очень похожа на участников реальных боевых действий.

Ни одного взрыва в сюжете нет, нет даже серьезных пожаров (в начале сюжета есть лишь небольшое облако черного дыма, которое попадает в кадр еще раз в середине), нет ни одного разрушенного здания. Видимо, в городе дефицит покрышек, которые, по свидетельствам очевидцев и журналистов, там поджигают, чтобы впечатлить западное общественное мнение.

Ничего не намекает на ожесточенные бои. Кто-то кого толкает, камера снова расфокусирована. «Повстанцы не хотят, чтобы мы снимали их отступление» — говорит репортер. Видеоряд постоянно должен создавать впечатление хаоса и напряжения. Погода вот только подвела, яркое солнышко совсем не в тему.

«Мы были свидетелями многих взрывов и перестрелок в городе и на подступах к нему. Машины скорой помощи везут раненых повстанцев», — заканчивает репортер. Но поверим ли мы ему на слово, учитывая, как странно выглядит «сердце боев в Рас Лануфе»?

И в заключение обзор сюжетов катарского канала «Al-Jazeera» середины марта 2011 года. «Al-Jazeera» заслуженно завоевал репутацию альтернативного западному телевидению источника информации о событиях в мусульманской Азии и Африке. Однако в случае с Ливией ситуация иная.

Словно в отместку за многолетнее презрение Каддафи к Катару и его шейхам, «Al-Jazeera» принял сторону повстанцев и Запада. Каждый сюжет, как и в случаях с некоторыми западными аналогами, в начале сопровождается стилизованным подстрочником «Libya uprising» (восстание в Ливии), и содержание тоже отличается не намного.

Сюжет «Libya rebels face Gaddafi onslaught» (Ливийские повстанцы противостоят наступлению Каддафи, 11.03.2011, <http://english.aljazeera.net/news/africa/2011/03/2011131113523643818.html>).

Основные действия разворачиваются вокруг ставшего в те дни до боли знакомым блок-поста у города Рас Лануф, где по очереди устраивались постановочные сцены войны для западных каналов. Зенитные установки, превращенные в металлолом (кем — неизвестно), создают впечатление достоверности происходящего. Расфокусированная камера должна такое впечатление усиливать.

В этом сюжете мы видим и танк, и летающий в небе самолет (никто из них не стреляет). Видим густой черный дым, который валит из города. Голос за кадром говорит, что авиаудары были нанесены как по военным объектам, так и по жилым кварталам (подтверждения этому нет).

Есть картинка празднующих победу сторонников Каддафи, есть даже небольшой синхрон с одним из них. Он говорит: «Мы предложили им уйти, но они не сделали этого. Мы освободили Рас Лануф, до этого были Бен Джавд и Эз Завия».

Есть разрушенные здания в городе Эз Завия, видео перестрелки в нем (взятое из Интернета), создающие впечатление реальных уличных сражений. Взрыв снаряда. Голос за кадром говорит о том, что это, скорее всего, авиабомба. На фоне разрушенного здания тот же голос журналиста сообщает о том, что есть жертвы.

Фотография центра города (AFP), сопровождающая текстовую новость на этой же странице, правда, наталкивает на мысль, что если сражения и были, то только где-то на окраинах. В центре все здания целые, чистые и ухоженные.

Еще один сюжет того же дня называется «Gaddafi loyalists launch offensive» (Верные Каддафи силы начинают наступление, автор Т. Бертли, <http://english.aljazeera.net/news/africa/2011/03/2011131041228856242.html>)

«Повстанцы решительно настроены и уверены в себе (confident and determined), они собираются воевать против мощи (fight against the might) войск Каддафи», — начинает репортаж журналист. Снова окраины Рас Лануфа, повсюду красно-черно-зеленые флаги (в том числе на холмах), видимо, чтобы облегчить задачу тем, кто атакует их с воздуха. Мужчина целится в кого-то из гранатомета, нашивка с флагом на рукаве у другого представителя оппозиции. «Это день, когда будет проверяться их решительность (resolve)», — говорит репортер.

Много стрельбы из зенитных установок непонятно в кого (бородатый мужчина в темных очках даже кричит о том, чтобы повстанцы зря не расходовали патроны).

Молитва в зоне боевых действий подчеркивает тревогу (anxiety). Во время молитвы у всех действительно тревожные лица, но разве не так бывает во время любой мусульманской молитвы? «Все эти люди понимают силу и мощь врага, с которым они сражаются (strength and power of the enemy they are facing). Вскоре эта сила обрушилась на них».

В кадре небольшое облако черного дыма. Звуки выстрелов, хлопок и облако от взрыва на земле, на котором камера сосредоточилась особенно (авторы выстрела неизвестны). “Prolonged artillery and moto bagages” (продолжительные авиаобстрелы и стрельба из реактивных установок) — голос репортера за кадром. «Они бомбят город, и люди бегут из него. Это критически важные город и место», — говорит мужчина лет пятидесяти в очках (титры «боец повстанцев»).

«Безжалостные (неослабевающие, unrelenting) потоки снарядов падают вокруг Рас Лануфа (облака от нескольких взрывов на земле), который повстанцы удерживали более недели. Но больше не удерживают. Конвой из машин с автоматами на крышах покинул город. Была паника, смятение, снаряды продолжали падать». В кадре облако густого черного дыма.

Затем стенд-ап, журналист говорит о том, что «обстрелы очень интенсивны, 15-20 снарядов падают каждые несколько минут. Стратегия, видимо, в том, чтобы разрушить дорогу, по которой к повстанцам могло бы подойти подкрепление к востоку города, и чтобы люди не могли убежать». Все взрывы, которые попадают в объектив камеры, происходят в чистом поле, кто стреляет непонятно.

«С воздуха угроза (threat) направлена на оппозиционные силы в центре города (в воздухе самолет, хлопки)... Неподалеку взорвались две бомбы, смертельный (deadly) сигнал о намерениях». Облаков от взрывов мы не видим, происхождение хлопков непонятно.

Далее самое интересное. Камера расфокусирована, звуки выстрелов, в кадре автомат, крики. «Мы стали мишенью, когда войска Каддафи приблизились к нашей позиции на расстоянии в 70 метров». Камера бежит по земле, по стенам, попадает на дуло автомата. Шелкающие затворы автомата. Какой-то мужской голос говорит: «Абдалла». «Хей», — отвечает Абдалла. Журналист говорит: «Нашу машину осыпают выстрелами. Нам остается только собраться и убежать от перестрелки». Кадров отъезда нет, съемка затухает в салоне машины. В начале эпизода о перестрелке в кадр попадает штатив для камеры, известно, что элементарные правила безопасности в зоне вооруженных действий запрещают съемку со штатива, который могут принять за военную амуницию.

После этого кадры из Рас Лануфа, на который «войска Каддафи осуществили 2 наземных атаки, сопровождавшихся ковровыми обстрелами (blanket fire). Многие повстанцы были убиты». В подтверждение слова мужчины в темных очках (титры «командир повстанцев») : «Plenty people is dead... Plenty, plenty, plenty.. Hospital is bombed (Много людей мертвы. Очень, очень много... Больницу бомбили)».

«Отступающая созданная наспех армия повстан-

цев вынуждена залечивать раны и оплакивать погибших (кадр трупа в море)». Далее плачущий мужчина (титры: «Закария, боец повстанцев») говорит в камеру: «Где Европейский Союз? Где мусульмане? Они убивают нас. Каддафи уничтожает нас! Вся молодежь убита! Все взрывается! Много людей мертвы». Обратим внимание на то, что призыв к США в его обращении отсутствует, видимо, учитывая аудиторию Аль-Джазиры.

«Многие удивлялись, почему силы Каддафи не отвечали на наступление повстанцев в Восточной Ливии. В четверг они ответили. Теперь в их руках стратегические позиции в восточной части Ливии. Что останется у оппозиционных сил, остается догадываться».

Еще в одном сюжете “Key town ‘falls’ to Gaddafi forces” (Ключевой город «пал» в руки сил Каддафи, 15.03.2011, <http://english.aljazeera.net/news/africa/2011/03/201131514547162811.html>). журналист Аль-Джазиры Т. Бертли (в кадре) сообщает нам о том, что представитель Национального переходного совета «категорически опроверг информацию о том, что войска Каддафи захватили Аждабию. Он заявил, что был мощный артиллерийский обстрел города, но опроверг сообщения Ливийского государственного телевидения о том, что войска Каддафи контролируют город. Говорят о мощных артиллерийских обстрелах, обстрелах с моря, а также о мощной авиабомбардировке».

«Но нам также сказали сегодня, что повстанцы впервые применили свою собственную авиацию, два истребителя МИГ, которые добились серьезных успехов. Они были отправлены атаковать позиции артиллерии Каддафи и разрушили некоторые артиллерийские установки. У нас нет независимого подтверждения этой информации... Трудно вообще понять, что здесь происходит».

Фраза «у нас нет независимого подтверждения этой информации» в устах англо-американских тележурналистов обычно позволяет с большой уверенностью предполагать, что качается дезинформация. Достоверно известно лишь о том, что самолеты повстанцев поднялись в воздух 19 марта уже после принятия резолюции ООН №1973, скорее всего, не столько в военных, сколько в провокационных целях (один из них был сбит, что было запечатлено на видео).

Далее идут уже привычные для тех дней кадры мирно разгуливающих повстанцев с флагами, автоматами (из которых они иногда постреливают в воздух), гранатометами и зенитными установками — за городской чертой, в данном случае Бенгази. Под эти кадры журналист говорит, что точно известно о том, что продолжаются бои за Брегу и что армия Каддафи не сможет атаковать Бенгази, пока не возьмет Аждабию.

«Серьезным подспорьем для повстанцев стало назначение командующим их вооруженными силами Абделя Фатах Юниса, бывшего министра внутренних дел Ливии, когда-то друга Каддафи... Он привел с собой 8 тысяч солдат, 3 тысячи из них из спецназа. Но они по-прежнему хотят и по-прежнему нуждаются в бесполетной зоне, которая не позволит силам Каддафи разбомбить их бронетехнику, когда она выйдет в открытый бой».

Итак, манипулятивная матрица сюжета канала “Al-Jazeera” состоит из следующих элементов.

1. Несоответствие видеокартинки и текста.
2. Количественное доминирование в синхронах.
3. Распространение неподтвержденной информации или ссылка на сомнительный источник (серая пропаганда).
4. Съемка расфокусированной камерой.
5. Создание отрицательной коннотативной цепочки по отношению к войскам Каддафи (shell, shelling, bomb, bombardment, deadly, dead, kill, destroy, blow up, enemy, threat, unrelenting, onslaught и др.).
5. Создание положительной коннотативной цепочки по отношению к повстанцам (confident and determined, resolve, fight against the might, successfully).
6. «Пропаганда ужасов» (все везде взрывают, всех убивают).
7. Графические средства манипуляции (в заголовке третьего сюжета глагол “falls” взят в кавычки с целью подчеркнуть недостоверность происходящего).

В целом сюжеты канала “Al-Jazeera”, по крайней мере, дают подтверждения каких-то боевых столкновений. Однако «ожесточенность» таких сражений, тем более, бомбардировка жилых районов по-прежнему вызывает большие сомнения. Сторонники Каддафи иногда получают слово, но их гораздо меньше, чем противников.

Манипулятивная стратегия Аль-Джазиры практически не отличается от западных аналогов – Каддафи душит ливийскую революцию, убивает много людей, повстанцы смело сражаются против правительственных войск, и им очень нужна международная

помощь. Все это еще раз подчеркивает беспрецедентную конвейерность пропаганды из зоны ливийского конфликта. Пропаганды, аналоги которой можно искать в освещении войны НАТО против Югославии в 1999 году, войн в Ираке 1991 и 2003 годов, российско-грузинской войны 2008 года. Пропаганды, которая подготовила общественное мнение западной и восточной аудитории к войне НАТО против Ливии.

Таким образом, основными элементами манипулятивной стратегии крупнейших мировых телеканалов в освещении внутреннего вооруженного конфликта в Ливии были:

1. Противопоставление по принципу «черный-белый». Каддафи – диктатор, который тиранизирует и убивает мирное население. Оппозиция – борется за свободу и демократию в Ливии.
 2. Создание иллюзии ожесточенных боевых действий и огромного количества жертв среди мирного населения.
 3. Ссылки на сомнительные и не заслуживающие доверия источники для создания иллюзии свидетельства очевидца.
 4. Нагнетание атмосферы страха и ужаса.
 5. Концепт абсолютной необходимости и неизбежности западного вмешательства в события в Ливии.
- А 19 марта силы НАТО нанесли первые ракетно-бомбовые удары по Ливии. Началась настоящая война с настоящими массовыми убийствами и разрушениями.

г. Воронеж



А. Богоявленский

Маркетинг и паблик рилейшнз

Статья 4

Развитие маркетинга в России

Чрезмерно идеологизированная советская экономическая доктрина не допускала возникновения конструктивных идей, способных влить свежую кровь в экономику «загнивающего капитализма» и вывести его из затяжного кризиса. Возможно, именно поэтому в наиболее близком по времени описываемым событиям томе БСЭ за 1938 год¹ между значениями «маммилярия» и «мера стоимости» термин «маркетинг» не отмечен, как не был он отмечен ни в последующих (довоенных и послевоенных) советских словарях: иностранных слов, политических, политэкономических, философских и пр.

Очередное издание Большой советской энциклопедии, выходящее в 1969–1978 годах дает такое тенденциозное толкование: «Маркетинг (англ. marketing, от market – рынок), одна из систем управления капиталистическим предприятием, предполагающая тщательный учёт процессов, происходящих на рынке для принятия хозяйственных решений. Возникла в начале 20 века в США, наибольшее распространение получила в 50–60-х годах в связи с обострением проблемы сбыта и широким применением новых, так называемых неценовых методов конкурентной борьбы (реклама, конкуренция качества, дифференциация продукта и др.). Подавляющее большинство крупнейших корпораций США придерживается М. В начале 70-х годов в США функционировало около 400 частных исследовательских фирм, выполнявших по контрактам с монополиями исследования по проблемам М. Оборот крупнейших из них (например, «А.С. Нильсен») составлял десятки млн долларов в год. В странах Западной Европы подобных организаций в эти годы было более 200. Существуют международные организации М. – Европейский комитет маркетинга и Международная ассоциация маркетинга. Цель М. – создать условия для приспособления производства к общественному спросу, требованиям рынка, разработать систему организационно-технических мероприятий по изучению рынка, интенсификации сбыта, повышению конкурентоспособности товаров с целью получения максимальных прибылей. Основные функции М.: изучение спроса, вопросов ценообразования, рекламы и стимулирования сбыта, планирование товарного ассортимента, сбыта и торговых операций, деятельность, связанная с хранением, транспортировкой товаров, управлением торгово-коммерческим персоналом, организацией обслуживания потребителей. Некоторые деятели и пропагандисты М. утверждают, что он способствует социальному переформированию капиталистического строя в экономиче-

скую систему, в центре которой стоит потребитель, его вкусы, желания, запросы. В действительности, М. – это попытка в рамках индивидуального капитализма ликвидировать такие противоречия капитализма, как противоречия между возрастающими возможностями производства и относительно сужающимся потреблением, между растущей тенденцией к планомерной организации производства и сбыта в рамках отдельного предприятия, фирмы, монополистического объединения и анархией производства в масштабе общества»². В российских словарях, справочниках и специальной литературе широкое упоминание значения «маркетинг» находим только в конце XX века – в период заката и распада СССР. В это же время в нашей стране происходит институализация маркетинга, чему в немалой степени способствовало состоявшееся в 1975 году Хельсинкское совещание по безопасности и сотрудничеству в Европе. В итоговых документах Хельсинкского совещания было подписано соглашение о развитии международных экономических связей, в том числе торговли на принципах маркетинга, поэтому уже в 1976 году при Торгово-промышленной палате СССР организуется и начинает функционировать секция по вопросам маркетинга. В 1980 году был введен курс маркетинга в ряде экономических вузов СССР, а еще через десять лет – в 1990 году принято Постановление Президиума Верховного Совета РСФСР «Об организации института системных исследований и маркетинга при СМ РСФСР». Уже после распада СССР в России начато издание журнала «Маркетинг» (1992 г)³. Далее – в феврале 1995 года в Москве крупнейшими российскими корпорациями, банками, университетами, исследовательскими и консультационными фирмами учреждена Некоммерческая организация «Российская ассоциация маркетинга» (РАМ)⁴, а 23 мая 2001 зарегистрировано Некоммерческое Партнерство «Гильдия маркетингов»⁵, провозгласившее своей миссией «содействие социально-экономическому прогрессу, развитию социально ориентированной рыночной экономики и личному профессиональному росту членов Гильдии, осуществляемое посредством обмена информацией, взаимовыгодного сотрудничества и внедрения современных социально этических методов ведения конкурентной борьбы, отвечающих высоким профессиональным стандартам»⁶.

Следует отметить, что начало институализации маркетинга в нашей стране происходит на полтора десятилетия раньше становления института паблик рилейшнз. Советские и российские работы, открыв-

шие для нашей общественности факт существования маркетингового коммуникационного воздействия⁷, в контексте теории публич рилейнз заслуживают глубокого изучения. Уже сейчас эти труды дают возможность проводить глубокий теоретический анализ при сопоставлении с более поздними работами этих же или других авторов и зарубежными ранее мало известными у нас в стране источниками⁸.

В советский период одним из первых обратился к теме рекламных мероприятий в системе маркетинга Д. Беклешов⁹. Далее, рассматривая социально-экономические функции рекламы в социалистическом обществе и критерии экономической эффективности рекламы, Я. Никл допускает резко критическую оценку «буржуазной концепции рекламы в системе маркетинга»¹⁰. Исследуя буржуазные теории реализации, не менее критически отзывается о маркетинге Г. Абрамишвили¹¹. Формы организации капиталистической рекламы, анализ рекламной деятельности фирм в общей системе маркетинга, а также специфические формы рекламной деятельности, применяемые во внешней торговле становятся предметом учебного пособия Е. Воеводина¹². Диссертационное исследование И. Рожкова «Особенности рекламной деятельности на капиталистическом рынке в современных условиях»¹³ отражало взаимосвязь рекламы с тенденциями развития рынка, уточняло положение рекламы в системе маркетинга в условиях монополизации рекламного рынка.

В перестроечное время Д. Беклешов (вместе с В. Попрыгиным) становится одним из первых советских авторов, нетенденциозно исследующих роль рекламы в системе маркетинга. В учебном пособии «Реклама в системе маркетинга»¹⁴ авторы обосновывают выбор средств распространения рекламы, описывают планирование рекламных мероприятий, представляют особенности рекламного текста уже без идеологизированных оценок. В политэкономическом смысле признание правомочности существования анализируемого значения косвенно свидетельствовало если еще не о фактической смене, то о глубине противоречий советской экономической доктрины, мигрирующей в сторону некогда опальных идей конвергенции. В подтверждение данного тезиса достаточно привести вышедшие на смену эпох и вызвавшие широкий резонанс статьи известных экономистов, политологов, социологов, философов, публицистов, таких как Н. Шмелев («Авансы и долги»¹⁵), В. Селюнин («Истоки»¹⁶), Н. Андреева («Не могу поступиться принципами»¹⁷), О. Богомолов («Меняющийся облик социализма»¹⁸) и др. «...Пора окончательно преодолеть иллюзию, — писал О. Богомолов, — что социализм не может зародиться в недрах капитализма, а требует слома созданных им институтов, должен конституироваться полностью заново. Такие взгляды несовместимы с пониманием общественного развития как естественноисторического процесса, питают политический волюнтаризм и игнорируют факты. Последние дают основание считать, что развитой капитализм эволюционирует в сторону практической реализации многих социалистических принципов»¹⁹.

«...Допускаю, что академик не счел нужным объяснить, почему он несколько десятилетий писал о прямо противоположном, — оппонировала подобным взглядам Н. Андреева, — Что ж, взгляды, бывает, меняются. Однако, как мне представляется, долг ведущего философа все же повелевает ему объяснить хотя бы тем, кто учился и учится по его книгам: что, разве сегодня международный рабочий класс уже не противостоит мировому капиталу в лице своих государственных и политических органов?»²⁰ Как сами публикации, так и возникшая вокруг них полемика как нельзя более точно отражали известный ленинский тезис: «политика есть самое концентрированное выражение экономики».

В постсоветское время (в середине-конце 90-х годов) тема маркетинга становится предметом многочисленных исследовательских и популяризаторских работ, анализирующих этот феномен с различных позиций. Например, М. Валовая в книге «Азы древнейшего ремесла или 13 бесед о рекламе и маркетинге»²¹ представляет историю рекламы, планирование рекламной кампании, формирование рекламного бюджета. Цели и задачи рекламных кампаний, планирование, организация и оценка их результатов становятся предметом учебного пособия В. Володеевой и Н. Маркиной «Рекламные кампании в системе маркетинга»²². Перечень основных нововведений в технологии организации и управления в американской рекламе XIX — первой половине XX в. дает И. Рожков. В работе «Реклама: планка для «профи»: Реклама в условиях рынка 90-х»²³ обстоятельно раскрывается понятие рекламы в маркетинге, излагаются теоретические аспекты организации рекламных кампаний, исследуются технологии, позволяющие достичь высокой степени рекламного воздействия.

В последнее время интерес к теме маркетинга и маркетинговых исследований в России (в том числе в региональных научных центрах) необычайно вырос. Так, например, в работе известного исследователя публич рилейнз, автора термина «мифодизайн», победителя премии «RuPoR» в номинации «Лучшая теоретическая работа по связям с общественностью» за 2007 год А. Ульяновского «Мифодизайн рекламы»²⁴ сравниваются основы маркетинга как инструмента потребительской цивилизации, множачие предметный мир, с современными направлениями человеко-сообразного дизайна (мета-, программный дизайн), предложены пути их интеграции в мифодизайне (постмаркетинге). Вместе с тем выраженной тенденцией становится диверсификация исследовательских работ по научным специальностям (в частности, экономике, социологии, психологии, фармацевтике, филологии и пр.) и тематическим направлениям²⁵. При этом здесь прослеживается еще одна тенденция — исследуемые нами труды являются своеобразными индикаторами, указывающими на бурно растущие отраслевые рынки или на те бизнес-сферы, в которых отмечается особенный приток частного капитала. В то же время, сам анализ диссертаций способен выявить узловые проблемы не только в сугубо маркетинговой сфере, но и в самой той науке, соискателем звания

которой является диссертант. Так, например, анализ диссертаций на соискание соответствующих званий в фармацевтических науках дает основание констатировать, что в значительном количестве случаев предметом исследований становится не разработка или исследование отечественными учеными новых лекарственных препаратов, а российский рынок фармацевтических услуг²⁶.

Таким образом, на рубеже XX–XXI веков в нашей стране происходит качественный сдвиг в понимании термина «маркетинг» и практическом применении маркетинговых технологий. В это же время происходит законодательное оформление нового социального института. В юридическом смысле, деятельность в этой сфере в России регулируется антимонопольным комитетом, фискальными органами и т.д. Содержание требований к бизнес-регулированию в России закреплено в Конституции РФ, Гражданском Кодексе РФ, Кодексе РФ об административных правонарушениях, Федеральном Законе (ФЗ) «О рекламе», ФЗ «О защите конкуренции», ФЗ «О защите прав потребителей», ФЗ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара», ФЗ «О средствах массовой информации» других нормативных-правовых актах²⁷. Международно-правовое регулирование этой деятельности осуществляется, в частности, в рамках системы по охране промышленной собственности (Парижская Конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г.), Европейской Конвенции о трансграничном телевидении и пр.

Однако, хотя значение «маркетинг» становится широко известным, лишается отрицательных идеологизированных коннотаций, ряд проблем (в частности – его сопряжение со значением «паблик рилейшнз») остается непроясненным до сих пор. Так, например, «...респонденты, представляющие ведущие холдинги химической промышленности с мировым именем, перечисляли проводимые и планируемые информационные акции. Половина представителей среднего и малого бизнеса называла одну-две PR-кампании, чаще не очень удачные. Остальная часть, как отмечалось в анкетах, пока даже не задумывалась о наличии такого вида деятельности на своем предприятии. Поэтому они никакие PR-кампании не планируют, собственная служба PR у них отсутствует или, в лучшем случае, деятельность по связям с общественностью осуществляет служба маркетинга. Она выполняет роль промежуточного звена по распространению информации о деятельности компании, соответственно, с привлечением естественнонаучной тематики, но ограниченной видом своей деятельности»²⁸. О том, что этот пример типичен, свидетельствует, в частности, «Должностная инструкция менеджера по маркетингу на станции ТВЗ»²⁹, где сообщается:

«А. Эта работа может называться маркетинг, промоушен, связь с общественностью, реклама или корпоративные связи (выделено нами. – А.Б.) – но суть ее остается прежней: координация всего многообразия способов общения компании с внешним миром, чтобы в результате сформировалось универсальное

восприятие, которое бы постоянно отражало дух, энтузиазм и этические принципы, присущие компании.

В. Каждый сотрудник компании участвует в осуществлении маркетинга.

Обязанность менеджера по маркетингу заключается в том, чтобы следить за совпадением сигналов, посылаемых сотрудниками, а также за тем, чтобы они соответствовали действительности»³⁰.

Подобное обстоятельство отмечают и другие исследователи маркетинга: «...сегодня маркетологами в России называют и бренд-менеджеров, и менеджеров по рекламе, и PR-специалистов, и мерчандайзеров. Это создает большую путаницу и в корне неверно»³¹. Следует признать, что смешение функций маркетинга и паблик рилейшнз характерно не только для России.

Трудности с идентификацией исследуемых феноменов отмечают и американские авторы «Энциклопедии паблик рилейшнз» Д. Ньюсом, Д. Ван Слайк Терк, Д. Крукеберг: «В 80-е годы XX в. приобрел популярность термин «маркетинговые паблик рилейшнз» для обозначения паблик рилейшнз, используемых в маркетинге, но это вызвало еще большую путаницу в основной терминологии. В действительности деятельность в этой сфере не есть PR, но она включает рекламу (обычно – торговую рекламу), агитацию в прессе (частные события и новости) и популяризацию»³². Тем не менее в начале 2000-х годов Д. Ван Слайк Терк, уже будучи деканом факультета коммуникации и медиа-наук Университет Зайеда, Объединенные Арабские Эмираты³³, создавая «самую современную учебную программу, которая бы соответствовала требованиям времени и при этом учитывала необходимые культурные и социальные особенности региона»³⁴, термину «паблик рилейшнз» предпочитает понятие «integrated communication», объединяющее PR, рекламу и маркетинг, что внешне соответствует логике нашей концепции диалектического развития маркетинговых коммуникаций. Однако в контексте бизнес-коммуникаций в ОАЭ это нововведение не выглядит безупречным, поскольку, по мнению Е Храмовой, «в большинстве случаев связи с общественностью здесь можно описать по первой рекламно-пропагандистской модели коммуникации (press agency)»³⁵. Устанавливаемое отсюда сомнительное тождество (модель «integrated communication» = пропагандистская модель коммуникации) более всего свидетельствует о необходимости взвешенного обращения с терминологией сопредельных коммуникаций³⁶.

Классики американских PR С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум описывают сложившуюся ситуацию следующим образом: «...Многие люди ставят знак равенства между паблик рилейшнз и еще одной управленческой функцией – маркетингом. Вакантные должности «представителей по связям с общественностью» предусматривают не что иное, как работу коммивояжера или агента, обзванивающего потенциальных клиентов. В некоторых небольших организациях связями с общественностью и маркетингом занимается один и тот же человек, зачастую не понимающий разницу между этими двумя функциями <...>. Уясняя для себя разницу между PR и маркетингом, президент

еще одной фирмы, занимающейся связями с общественностью, заметил: если сбыт не является задачей паблик рилейшенз, тогда «75% специалистов по связям с общественностью на самом деле занимаются маркетингом»³⁷.

Таким образом, в деятельности предприятий нередко происходит смешение маркетинга и паблик рилейшенз, что, в частности, отражается на содержании профессиональных обязанностей в указанных сферах.

Рассмотрим далее, как этот процесс, отражающий объективные интеграционные тенденции в сопредельных институтах, отражается на уровне институализации самой профессии в России.

Выводы:

Чрезмерно идеологизированная советская экономическая доктрина резко отрицательно реагировала на идею маркетинга.

В российских словарях, справочниках и специальной литературе позитивное упоминание значения «маркетинг» приходится на конец XX века, чему в немалой степени способствовало состоявшееся в 1975 году Хельсинкское совещание по безопасности и сотрудничеству в Европе.

В политэкономическом смысле признание правомочности существования маркетинга в России косвенно свидетельствовало о глубине противоречий советской экономической доктрины, мигрирующей в сторону некогда опальных идей конвергенции.

Начало институализации маркетинга в нашей стране происходит на полтора десятилетия раньше становления института паблик рилейшенз.

Выраженной тенденцией российских изысканий в области маркетинга становится не разработка фундаментальных идей в данной области, а диверсификация исследовательских работ по прикладным специальностям (в частности, экономике, социологии, психологии, фармацевтике, филологии и пр.) и тематическим направлениям.

Научные труды в области маркетинга могут быть рассмотрены как своеобразные индикаторы, указывающие на бурно растущие отраслевые внутренние и внешние рынки или на те бизнес-сферы, в которых отмечается особенный приток частного капитала.

На рубеже XX-XXI веков в нашей стране происходит качественный сдвиг в понимании термина «маркетинг» и практическом применении маркетинговых технологий. В это же время в России происходит законодательное оформление нового социального института, находящегося пока еще на ранней стадии развития.

Современные концепции социально ответственного маркетинга не вполне соответствуют экономической модели России.

Внедрение моделей социально ответственного маркетинга в России носит скорее декоративный нежели экономический характер.

Востребованность современных концепций маркетинга в России проявится тогда, когда в условиях жесткой конкуренции будут исчерпаны возможности концепций «совершенствования производства», «со-

вершенствования товара» и «интенсификации коммерческих усилий», т. е. «стремление к заключению отдельных сделок уступит место осознанию и позиционированию взаимоотношений как ключевого стратегического ресурса».

В деятельности российских предприятий нередко происходит смешение функций маркетинга и паблик рилейшенз.

г. Воронеж

Примечания:

1. Большая советская энциклопедия. — Том сорок первый (маммилярия — мера стоимости). — М.: Государственный институт «Советская энциклопедия». ОГИЗ РСФСР, 1938. — 832 с.

2. Большая советская энциклопедия. — М.: Советская энциклопедия, 1969–1978. — в 30 т. (<http://slovari.yandex.ru/dict/bse/article/00045/67600.htm>).

3. В настоящее время выходят десятки периодических изданий, посвященных маркетингу. Среди них: «Маркетинг Менеджмент», «Маркетинг PRO», «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг», «Практика рыночных исследований», «Маркетинг и маркетинговые исследования в России», «Sales Business», «Бизнес-Ключ», «Новый маркетинг» и др.

4. См.: Минин А. История маркетинга // Профессиональный маркетинг. Открытая Школа Бизнеса, 2009 (www.ime-link.ru/concept/history)

5. Свидетельство о регистрации в Московской регистрационной Палате № 002. 045. 067/

6. Некоммерческое Партнерство «Гильдия Маркетологов». Кому и зачем есть смысл быть вместе с нами? (<http://www.marketologi.ru/guild.html>).

7. См. напр.: Барабаш В.В. Реклама и маркетинг: (Функции, цели, каналы распространения) / В.В. Барабаш, В.Л. Музыканти. — М.: ПАИМС, 1994.

Гордасевич А.А. Повышение коммуникативной эффективности рекламы на основе сегментации рынка: Автореф. дис... канд. экон. наук / Гордасевич А.А. — М., 1997. — 19 с.

Демидов В.Е. Реклама в торговле: (Теория и практика) / В.Е. Демидов, И.П. Кардашиди. — М.: Экономика 1983. — 166 с.

Крылов И.В. Маркетинг: (Социология маркетинговых коммуникаций): Учеб. пособие. / И.В. Крылов. — М.: Центр, 1998. — 188 с.

Манн И. Маркетинг на 100% / И. Манн. — СПб.: Питер, 2003. — 238 с.

Назаренко Л. Выставка как инструмент маркетинга / Л. Назаренко. — М., 1997.

Наумова А.В. Маркетинговые стратегии в рекламной деятельности предприятия: Учеб. пособие / А.В. Наумова. — Новосибирск, 1999. — 148 с.

Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга: Учеб. пособие / Е.В. Ромат. — Харьков: НВФ Студцентр, 1995. — 222 с. и др.

8. Атkinson Дж., Уилсон Й. Стратегический маркетинг. Ситуации и примеры / Дж. Атkinson, Й. Уилсон. — М., 2001 — 244 с.

Багиев Г. Международный маркетинг: учебник для вузов / Г. Багиев, Н. Моисеева, В. Черенков. — 2-е изд. перераб. и доп. — СПб.: Питер, 2009. — 688 с.

Блэкуэлл Р. Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. — 10-е изд. — СПб.: Питер, 2007. — 944 с.

Буланов А. Завтра-маркетинг / А. Буланов. — СПб.: Питер, 2008. — 256 с.

Васильев Г.А. Медиапланирование: учеб. пособие

- (ГРИФ) / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А.Поляков. — М. : Вузовский учебник, 2009. — 268 с.
- Васильев Г.А. Рекламный маркетинг : учебное пособие (ГРИФ) / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. — М. : Вузовский учебник, 2008. — 276 с.
- Грант Дж. 12 тем : маркетинг 21 века / Дж. Грант. — СПб. : Питер, 2007. — 448 с.
- Гундарин М. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации / М. Гундарин. — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2009. — 336 с.
- Дайитбегов Д.М. Основы маркетинга : Практикум / Д.М. Дайитбегов, И.М. Синяева — М. : Вузовский учебник, 2008. — 365 с.
- Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования : учеб. пособие (ГРИФ) / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — М. : Вузовский учебник, 2009. — 439 с.
- Картер Г. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса: Пер. с англ. / Общ. ред. Е.М. Пеньковой / Г. Картер — М. : ИВЦ «Маркетинг»; МТ-Пресс, 2001. — 244 с.
- Климин А. Медиапланирование своими силами. Готовые маркетинговые решения / А. Климин. — СПб. : Питер, 2008. — 192 с.
- Котлер Ф. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Ф. Котлер, Н. Ли. — СПб. : Питер, 2008. — 384 с.
- Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. — 12-е изд. — СПб. : Питер, 2009. — 816 с.
- Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. — 3-е изд. — СПб. : Питер, 2008. — 480 с.
- Кочеткова А. Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов / А. Кочеткова, В. Филиппов, Я. Скворцов, А. Тарасов. — СПб. : Питер, 2009. — 240 с.
- Крылова Г.Д. Маркетинг : учебник / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. — М. : Магистр, 2009. — 493 с.
- Кузнецова Л.В. Основы маркетинга : учебное пособие (ГРИФ) / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. — М. : Вузовский учебник, 2008. — 139 с.
- Мандель Б.Р. PR : методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Б.Р. Мандель. — М. : Вузовский учебник, 2009. — 205 с.
- Манн И. Интернет-маркетинг на 100 % / И. Манн, С. Сухов, В. Долгов, Р. Овчинников и др. — СПб. : Питер, 2009. — 240 с.
- Маслова Т. Маркетинг: учебник для вузов / Т. Маслова, С. Божук, Л. Ковалик. — 3-е изд. перераб. и доп. — СПб. : Питер, 2009. — 384 с.
- Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера / Я. Мейтленд. — СПб. : Питер, 2008. — 176 с.
- Райс, Э. Маркетинговые войны / Э. Райс, Д. Траут. — СПб. : Питер, 2005. — 256 с.
- Росситер Дж.Р. Реклама и продвижение товаров: Пер. с англ. / Дж.Р. Росситер, Л. Перси — СПб.: Питер, 2000. — 656 с.
- Синяева И.М. Управление маркетингом : учеб. пособие - 2-е изд., перераб. и доп. (ГРИФ) / И.М. Синяева. — М. : Вузовский учебник, 2009. — 416 с.
- Траут Дж. Маркетинговые войны. Юбилейное издание / Дж. Траут, Э. Райс. — СПб. : Питер, 2009. — 304 с.
- Траут Дж. Новое позиционирование. Все о бизнес-стратегии № 1 в мире / Дж. Траут, С. Ривкин. — СПб. : Питер, 2007. — 224 с.
- Траут Дж. Позиционирование : битва за умы. Юбилейное издание / Дж. Траут, Э. Райс. — СПб. : Питер, 2009. — 336 с.
- Траут Дж. Траут о стратегии. Рынок ошибок не прощает / Дж. Траут. — 1-е изд. — СПб. : Питер, 2008. — 176 с.
- Траут Дж. Большие бренды — большие проблемы / Дж. Траут. — СПб. : Питер, 2009. — 256 с.
- Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации : 28 инструментов миллионума / А.И. Ульяновский. — М. : Эксмо, 2008. — 432 с.
- Aaker D.A. Marketing Research. — 4 ed. — New York: Wiley, 1990. — XIV, 739, 18 p.
- Niefield Y. The Making of an Advertising Campaign. — New York, 1989.
- Kapp S., Collins T. The Great Marketing Turnaround: The Age of the Individual — and How to Profit from It. — New York: Plume, 1992. — XIV, 336 p. — (A Plume book).
- Kapp S., Collins T. Maximarketing: The New Direction in Advertising: Promotion and Marketing Strategy. — New York: Plume, 1989. — XIII, 278 p.: ill. — (A Plume book).
- Schultz D. Strateging Advertising Campaign. — New York, 1990 и мн. др.
9. Беклешов Д.В. Исследование конъюнктуры рынка и реклама: Доклад / Представлен Всесоюз. Торг. палатой./ Д.В. Беклешов. — М., 1964. — 10 с.
10. Никл Я. Социально-экономические аспекты рекламы в социалистическом обществе: Автореф. дис.... д-ра экон. наук / Я. Никл. — М., 1969. — 35 с.
11. Абрамишвили Г.Г. Буржуазные теории реализации и маркетинг. / Г.Г. Абрамишвили // Мировая экономика и международные отношения, 1971.
12. Воеводин Е.Н. Реклама на капиталистическом рынке: Учеб. пособие / Е.Н. Воеводин. — М. : МГИМО, 1982. — 84 с.
13. Рожков И.Я. Особенности рекламной деятельности на капиталистическом рынке в современных условиях: Автореф. дис... канд. экон. наук / И.Я. Рожков — М., 1983. — 25 с.
14. Беклешов Д.В., Реклама в системе маркетинга: (Учеб. пособие) / Д.В.Беклешов., В.И. Попырин — М., 1989. — 123 с.
15. Шмелев Н.П. Авансы и долги. Серия Позиция / Н.П. Шмелев. — М. : Изд-во Московский рабочий. — 1989. — 144с.
16. Шмелев Н. / Н. Шмелев, В. Селюнин. — Истоки. Авансы и долги. — М. : Изд-во Правда, 1990.
17. Андреева Н. Не могу поступаться принципами / Н. Андреева // Советская Россия — 1988. — 13 марта.
18. Богомолов О. Меняющийся облик социализма / О. Богомолов // Коммунист. — 1989. — № 4.
19. Богомолов О. Меняющийся облик социализма / О. Богомолов // Коммунист. — 1989. — № 4. — С. 34-35.
20. Андреева Н. Не могу поступаться принципами / Н.Андреева // Советская Россия — 1988. — 13 марта.
21. Валовая М.Д. Азы древнейшего ремесла или 13 бесед о рекламе и маркетинге / М.Д. Валовая. — М. : Нива XXI век, 1994. — 112 с.
22. Володеева В.Н. Рекламные кампании в системе маркетинга : Учеб. пособие / В.Н. Володеева, Н.В. Маркина. — СПб., 1994. — 20 с
23. Рожков И.Я. Реклама: планка для «профи»: Реклама в условиях рынка 90-х./ И.Я. Рожков — М. : Брайт, 1997. — 208 с.
24. Ульяновский А.В. Мифодизайн рекламы / А.В. Ульяновский. — СПб.: Ин-т личности, 1995. — 300 с.
25. См. напр.: Ахматова Дина Николаевна. Маркетинговые исследования на рынке товаров промышленного назначения: автореферат дис... канд. экон. наук / Д.Н. Ахматова. — Оренбург, 2004 — 17 с.
- Барыбин Евгений Владимирович. Комплекс маркетинговых исследований торгового центра : автореферат дис. ... канд. экон. наук. / Е.В. Барыбин. — Волгоград, 2007. — 23 с.
- Дельман Олег Александрович. Маркетинговые исследования региональных рынков нефтепродуктов: Автореферат дис. ... канд. экон. наук / О.А. Дельман. — Н. Новгород, 2002. — 25 с.
- Дудин Сергей Геннадиевич. Маркетинговые отношения: эволюция в экономической теории: Диссертация ... канд. экон. наук / С.Г. Дудин. — Краснодар, 2003. — 152 с.

Пантелейко Виталий Васильевич. Теоретические принципы функционирования фирмы в маркетинговой стратегии предприятия: автореферат дис. ... канд. экон. наук: / В.В. Пантелейко. — Ростов н/Д, 2005. — 24 с.

Пономарева Лилия Николаевна. Институциональные маркетинговые исследования жилищно-коммунального хозяйства: автореферат дис. ... канд. экон. наук: / Л.Н. Пономарева. — Ростов н/Д, 2004. — 24 с.

Светланова Жанна Вячеславовна. Измерение значимости характеристик товара в маркетинговых исследованиях: автореферат дис. ... канд. экон. наук / Ж.В. Светланова. — СПб., 2005. — 37 с. и мн. др.

26. См., напр.: Джару Мохамед Мохамед Маркетинговые исследования лекарственного обеспечения больных сахарным диабетом на уровне региона (области): Автореф. дис. ... к. фарм. н. / Мохамед Мохамед Джару. — Курск, 2004. — 19 с.

Дзюба В.Ф. Маркетинговые исследования дополнительных услуг, оказываемых в фармацевтических организациях: Автореф. дис. ... к. фарм. н. / В.Ф. Дзюба. — Курск, 2002. — 24 с.

Еманова А.М. Маркетинговые исследования рынка лекарственных средств, применяемых для лечения туберкулеза органов дыхания: Автореф. дис. ... к. фарм. н./ А.М. Еманова. — Пятигорск, 2002. — 23 с.

Лавришко Я.В. Маркетинговые исследования рынка лекарственных средств Республики Татарстан на примере антибиотиков, противоопухолевых лекарственных средств и наркотических анальгетиков: Автореф. дис. ... к. фарм.н. / Я.В. Лавришко. — М., 1998. — 24 с.

Подлужная А.А. Маркетинговые исследования лекарственных средств, используемых в дерматологии (на примере Республики Северная Осетия - Алания): Автореф. дис. ... к.фарм.н. / А.А. Подлужная. — Пятигорск, 2005. — 23 с.

Рэнцэндорж Монхцэцэ Маркетинговые исследования рынка противоопухолевых и наркотических лекарственных средств Монголии: Автореф. дис. ... к. фарм.н. / Рэнцэндорж Монхцэцэ. — Пермь, 2004. — 24 с.

Хоменко В.Ю. Маркетинговые исследования антибиотиков цефалоспоринового ряда в Ставропольском крае: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к. фарм.н. / В. Ю. Хоменко. — Пятигорск, 2005. — 24 с.

27. См. напр.: О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.06 г. № 38-ФЗ в ред. Федеральных законов от 18.12.2006, №231-ФЗ, от 09.02.2007 №18-ФЗ. // Website: www.consultant.ru.; О защите потребителей от недобросовестной рекламы: Указ Президента РФ от 10.06.94г. №1183. // Российская га-

зета. — 1994. - № 132. — С.1.; Гражданский Кодекс Российской Федерации Ч.1; Конституция Российской Федерации 12.12.1993 года с изм., внесенными Указами Президента РФ от 09.01.1996 №20, от 10.02.1996 №173, от 09.06.2001 №679. // Website: www.consultant.ru.; О защите конкуренции: Федеральный закон от 27.07.06г. №135-ФЗ. // Website: www.consultant.ru.; О защите прав потребителей: Федеральный Закон от 07.02.1992г. №2300-1 в ред. Федеральных законов от 09.01.1996 №2-ФЗ, от 17.12.1999 №212-ФЗ, от 30.12.2001 №196-ФЗ. // Website: www.consultant.ru.; Кодекс РФ об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 года // Website: www.consultant.ru. и пр.

28. Штепа Виктор Иванович. Естественнонаучная и отраслевая тематика в средствах массовой информации: генезис и тенденции (на примере химической отрасли): Дисс. ... док. фил. наук / В.И. Штепа. — Воронеж, 2009. — 366 с. Не лучше обстоит дело и с термином «менеджмент» (и особенно с производными от него). Так, в клининговой компании «менеджер по чистоте» означает уборщицу.

29. См.: Должностная инструкция менеджера по маркетингу на станции ТВ 3.

30. См.: там же.

31. Юткина Юлия. Профессия «маркетолог» / Юлия Юткина // Личные деньги. — 2007. — 10.09. (<http://www.personalmoney.ru/>). Цит.: по <http://job.rsh.ru/article.html?id=60919>.

32. Ньюсом Даг. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз / Даг Ньюсом, Джуди Ван Слайк Терк, Дин Крукеберг. — 7-е изд.: Пер. с англ. — М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»; ИНФРА-М, 2001. — (Серия «Современные консалтинговые технологии»). — 628 с.

33. Ранее профессор Терк работала деканом в Колледже журналистики и массовых коммуникаций Университета Южной Каролины.

34. Храмова Елена. PR-образование за океаном: верной ли дорогой идете, товарищи? / Елена Храмова // Советник. — № 12(72) — 05.02.2002. <http://www.sostav.ru/articles/2002/02/05/pr050202/>

35. Там же.

36. Из предлагаемого тождества может последовать вывод, что более адекватным термином для подобного рода коммерческих коммуникаций может стать «реклама», понимаемая как совокупность домаркетинговых коммуникаций, что неверно.

37. Катлип С.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика (Effective Public Relations) / С.М. Катлип, А. Сенгер, Г. Брум. — СПб.: Вильямс. — 2000. — С. 26.



Т. Сафонова

Литературный миф как форма восприятия образа России

(по материалам зарубежной прессы)

Принято считать, что этнические стереотипы — это упрощенные, схематизированные, эмоционально окрашенные и чрезвычайно устойчивые образы какой-либо этнической группы или общности, легко распространяемые на всех ее представителей; в то же время это схематизированная программа поведения, типичная для представителей какого-либо этноса.

Формирование этнических представлений о России может базироваться на использовании различных мифологических конструктов (бытовых и политических), оказывающих манипулятивное воздействие на аудиторию. В российской прессе этнопредставления действуют в следующих направлениях: стереотипы национальных характеров (авто- и гетеростереотипы), стереотипы в формировании образов своего/чужого, наиболее отчетливо выявляющиеся при обращении к публикациям о мигрантах, стереотипы в освещении вооруженных конфликтов и т.д. Среди формирующихся средствами массовой информации этнопредставлений особое место занимает мифологическое конструирование российской действительности посредством ассоциативного сопоставления с героями и сюжетами русской классической литературы. Утверждение И. Солоневича о том, что литература ни в коей мере не является свидетельством реальной жизни, кажется нам абсолютно несправедливым, но полное их отождествление также невозможно, и это во многом подтверждают исторические факты: «Немцы перед войной старались постичь «русский характер» по «Обломову», невротикам у Достоевского, интеллигентам Чехова. Чем это для них закончилось — напоминать не надо» («Спецназ России», 07.07.2001 / «Этнозащита без оружия»).

Обращаясь к материалам сайта inosmi.ru, использованными для данной статьи, можно увидеть, насколько сильное давление на восприятие образа России оказывают литературные мифы. Западная пресса, анализируя происходящие в нашей стране события или обращаясь к рассмотрению особенностей русского национального характера, зачастую ссылается на отечественную литературу, персонифицируя «вечные» образы Обломова и Хлестакова на современных лежебок и пройдох. А в 2011 году, когда российский истеблишмент обсуждает темы национализма, прогресса и необходимости политических реформ, русский типаж зарубежом по-прежнему представляют Алеша Карамазов и Родион Раскольников.

Признанные на Западе произведения Н.В. Гоголя, Ф.М. Достоевского, А.П. Чехова, Л.Н. Толстого (именно эти русские авторы являются самыми цитируемыми в зарубежной прессе) для многих иностранных журналистов служат отправной точкой для

анализа реалий российской действительности. И поскольку, отмечается в испанской газете «El Mundo», на Западе «полки с современной российской литературой выглядят столь же убого, как витрины московских мясных магазинов эпохи перестройки» («El Mundo», 01.02.2011 / И где же российские авторы?), временной порог оценки России сквозь призму литературного мифа ограничивается солженицынским «ГУЛАГОМ» или набоковской «Лолитой».

Западный обыватель сегодня скорее равнодушен к российской проблематике, однако массовая аудитория оказывается все же более восприимчивой к негативным трактовкам образа России в прессе. Так, зарубежные публикации пестрят эпитетами «мрачная», «угрюмая», «печальная» страна, культивирующая «клинический мазохизм» посредством литературы: «Самый печальный рассказ, который мне выдалось прочесть в жизни — это «Шинель» Гоголя (начинается мрачно, заканчивается еще хуже). Далее на очереди — чеховская «Тоска» (Набоков как-то заметил, что Чехов писал «печальные книги для веселых людей; я хочу сказать, что только читатель с чувством юмора сумеет по-настоящему ощутить их печаль»). Ну а если продолжать этот список беспросветно унылой беллетристики, то на третье место можно поставить что угодно, написанное Достоевским. Ничего хорошего от этих историй ждать не стоит. Замечаете закономерность? Русские писатели — великие мастера нагнетать тоску. Неудивительно, что русских принято считать угрюмыми типами, погруженными в свои мрачные мысли и экзистенциальное уныние» («Wired Magazine», 07.11.2010 / «Почему русские не страдают депрессией?»).

Новые геополитические реалии, отражающие укрепление роли России в мировой политике и мировой экономике, ведут к оживлению антироссийской риторики. Так, солженицынский «портрет» ГУЛАГа, сильно повлиявший на западное восприятие событий в сталинском Советском Союзе, зарубежные СМИ переносят на современную Россию. Ссылки на писателя встречаются в публикациях о «самодержавной власти», в которой часто обвиняется экс-президент В.В. Путин: «Речь идет о продолжателях дела, а в случае старшего поколения — даже бывших функционерах ЧК, ГПУ, НКВД и КГБ. Советской политической полиции, карающей руки партии, которая, по словам Солженицына, буквально ликвидировала русский народ. Красный террор первых лет революции и гражданской войны, кровавая коллективизация, большие чистки 30-х годов и очередная волна террора по окончании войны. Десятки миллионов русских. Если принять во внимание происхождение Путина и его гвар-

дии, то нет ничего удивительного в последних идеях о возвращении памятника Дзержинского на Лубянку...» («Rzeczpospolita», 10.11.2008 / «Есть ли еще белые русские?»).

В зарубежной прессе мифотворчество сквозь призму национальной литературы — это не только ассоциативное сближение российского настоящего и описанного классиками прошлого. Журналисты склоняются к мысли о том, что российская «самодержавная власть», экранизируя «Доктора Живаго», «Идиота», «В круге первом», «Московскую сагу» или «Детей Арбата», пытается развенчать «советское прошлое» в глазах Запада. При этом, пишет французская газета «Liberation», создается парадоксальная ситуация: «Каждый вечер на экране мы видим, как 'черные воронки' приезжают за 'врагами народа', застенки Лубянки и допросы, главный лейтмотив которых неизменен: 'Что? Вы считаете, что Вы невиновны? Вы хотите сказать, что мы ошибаемся? Что партия ошибается? Если учесть, что в это же самое время Владимир Путин, сам прошедший школу КГБ, продолжает укреплять разведслужбы, расквартированные все на той же Лубянке, что в стране вновь практикуются беспочвенные аресты (Ходорковский и большое число кавказских 'террористов'), то эти мрачноватые сериалы, идущие по государственному телеканалу, при-обретают несколько странную, если не сказать шизофреническую окраску» («Liberation», 16.05.2006 / «Герои не нашего времени»).

В современных западных СМИ неисчерпаемой является тема российских пороков. Так, представление о варварстве русских в британской прессе можно считать не только сложившимся, но и детально разработанным: это нечувствительность к физическому насилию или ограничению свободы, в т.ч. свободы слова, комфорту и комфорту, к физической чистоте и грязи, склонность к насилию, невежественность, проявляющаяся, в частности, в подражательности формам цивилизации. Одной из наиболее ярких граней газетного образа, создаваемого в зарубежной прессе, стала тема масштабного национального пьянства. Постоянное желание русского «приложиться к бутылке» на Западе зачастую объясняется самоощущением национальной литературы и искаженным видением героев «Преступления и наказания» или «Идиота». Несмотря на то, что в XX веке были созданы весьма колоритные персонажи-пьяницы Ремарка и Хемингуэй, никому не приходит на ум оспорить у русских героев право называться «самыми нетрезвыми»: «Мне казалось, что драмы, подобные этому алкогольно-теологическому двойному убийству, навсегда остались в прошлом, где-то на страницах книг Достоевского. Я думал, что Россия обуржуазилась, что русские мало-помалу учатся пить, как все нормальные люди, а не каждый раз, как последний» («ABC», 04.01.2011 / «Русский нигилизм»). Некоторые зарубежные авторы в публикациях о России находят истоки «живучего стереотипа» о национальном пьянстве в народном фольклоре, где достаточно большое место отводится не только различным аспектам ритуального застолья, но и прямым указаниям на то, что русские считают выпивку одной

из необходимых составляющих жизни: «Русские традиции, как правило, облачают потребление алкоголя в героические одежды. В былинах доблесть героя измерялась его способностью перепивать других, вливая в себя впечатляющие количества алкоголя. Был также сказочный герой, который в награду за совершенный подвиг не пожелал полцарства. Деньги мне нужны, но прикажи, чтобы я мог в каждом кабаке пить десять дней кряду» («Regard sur l'Est», 08.07.2008 / «Русский пьяница — живучий стереотип»).

В той противоречивой реальности, которую являет собой современная Россия, любая ее характеристика неизбежно страдает упрощенностью. Необходимо отметить, что многие публикации о нашей стране, опирающиеся на культурные ценности литературы, гиперболизированы и весьма приукрашены. Тем не менее, во многих вопросах, касающихся освещения реалий российской действительности, зарубежные журналисты весьма объективны. Так, до сих пор знатоки-филологи спорят, кто же из классиков — Гоголь или Пушкин — сказал, что в России две беды: дураки и дороги. В «Евгении Онегине» А.С. Пушкин далеко не оптимистично заявляет: «Лет чрез пятьсот дороги, верно, / У нас изменятся безмерно: / Шоссе Россию здесь и тут, / Соединив, пересекут...». С момента написания этих строчек прошло чуть менее двухсот лет, а ситуация с российскими дорогами практически не меняется. Так, автомобильный ресурс Autospies.com опубликовал рейтинг самых опасных дорог мира. В первой строчке рейтинга оказалась единственная федеральная трасса «Лена», соединяющая Москву и Якутск. Вот почему ирония западных журналистов по поводу извечной российской «беды» кажется вполне оправданной: «Мой знакомый репартиант недавно читал вместе со своим учителем русского языка произведение Александра Пушкина «Евгений Онегин». Дойдя до главы, в которой выражалась надежда, что у страны через 500 лет будут приличные дороги, они рассмеялись» («The Washington Post», 26.04.2010 / «Русская американка: тревожное возвращение в Москву»).

Можно найти свои объяснения подобному восприятию России в аспекте литературного мифа. Обозначим некоторые из них. Во-первых, западная культура во многом опиралась на труды Фрейда и Ницше, культивировавших психологический опыт романов Достоевского и превративших героев его произведений в образчик человеческих пороков и низменных проявлений. Во-вторых, перевод русских авторов на иностранный язык является весьма трудным занятием (так, из-за трудностей перевода, зарубежом оказывалась невостребованной поэзия М. Цветаевой), и множество произведений отечественной классики представлено западному читателю в достаточно трансформированном виде. Испанская газета «La Vanguardia» отмечает, что возникла проблема открытого непрофессионализма переводчиков: «В течение долгого времени мы считали чем-то привычным чтение переводов произведений российских писателей, сделанных уже с французского, итальянского или английского языка. И ни у кого не вызывало возмуще-

ния то обстоятельство, что человек, уверявший, что не знает ни слова по-русски, брался за перевод, скажем, такого памятника литературы как пушкинская поэма в стихах «Евгений Онегин» («La Vanguardia», 01.12.2010 / «От Лиссабона до Владивостока»). В-третьих, цитируя известное тютчевское стихотворение, зарубежные журналисты еще раз доказывают, что особенности русского национального характера, равно как многие произведения отечественной литературы, на Западе до сих пор остаются загадкой: «По Москве нельзя судить о России, но кое-что общее у них есть: умом ни Москву, ни Россию не понять» («iDNES.cz», 02.02.2011 /

«Год в Москве»). В описании национальных образов заключен эмоционально окрашенный оценочный момент: обычно эмоциями со знаком плюс наделен интраобраз, а эмоциями со знаком минус – экстраобраз. К сожалению, литературный миф способствует формированию экстраобраза нашей страны в западной культуре: цитирование русской классики, воспроизведение сюжетов отечественной литературы по большей части встречается в отрицательно окрашенных публикациях о России.

г. Курск



Азербайджанские слова и выражения в русскоязычной прессе Азербайджана

При анализе русскоязычных газет Азербайджана нами выявлено около ста иноязычных заимствований общественно-политической лексики, наиболее часто употребляющихся в последнее время. Некоторые из этих заимствований еще не зафиксированы словарями иностранных слов.

Вся анализируемая в работе заимствованная лексика разделена на несколько групп.

Слова, ранее усвоенные и вошедшие в словарный состав русского языка, — это так называемая интернациональная лексика, употребляющаяся практически во всех функциональных сферах языка (авангард, актив, дилетант, министр, демократия, митинг, информация, доллар, вокзал, институт, профессор, доцент, аудитория, балет, мода, карнавал, пальто, костюм, вестибюль, ресторан, пианино, фамилия, квартира и др.).

Велик во всех языках интернациональный фонд, в образовании которого заметную роль сыграла наука, искусство, и техника, не замыкающиеся в национальных границах. Русский язык, подобно другим языкам мировой культуры, располагает обширным запасом иноязычных выражений и слов, которые употребляются без перевода и с соблюдением графики и орфографии языка-источника. Почти все эти заимствования интернациональные, но на них налагает отпечаток тот язык, который усвоил или в котором они употребляются. Это сказывается на их смысловой стороне, а также на формах сочетания их со словами русского контекста.

Процесс заимствования иноязычных слов — это закономерный результат международных контактов во многих областях общественно-политической, экономической и культурной жизни любого народа. За советский период в результате тесных контактов бывших республик в области общих политических интересов глобального масштаба языки многочисленных народов позаимствовали большой пласт русских слов и выражений.

Вопросам заимствований из русского в азербайджанский язык посвящено большое количество научных исследований. В частности, эта проблема рассмотрена в работах М.Т. Тагиева, М.Б. Ахундовой, Т.Н. Ганбарли и др. Однако обратный процесс освещен весьма скудно, он не стал предметом основательного изучения. Одной из причин этого является то обстоятельство, что они имеют ограниченный характер распространения, обычно употребляются только на территории республики.

Анализ собранного нами материала позволяет заимствованные слова разделить на две группы: ранее заимствованные, известные русскоязычному читателю, и современные заимствования, куда входят азербайджанские слова и слова-варваризмы, встречающиеся в республиканской русскоязычной прессе.

Рассмотрим употребление азербайджанских слов и выражений, наиболее часто встречающихся в республиканских газетах.

Милли меджлис (meclis) 1) собрание; 2) название некоторых выборных учреждений: — Национальное собрание Азербайджана. «Милли Меджлис» Азербайджана пока не принял закона об альтернативной службе (воинской повинности) (Зеркало. — 2010. — 3 марта).

Шехид. 1) религиозный мученик, погибший за веру (ислам); 2) погибший, павший за правое дело; безвинно погибший. В настоящее время это слово употребляется в Азербайджане в значении человек, погибший, защищая Родину (защитник Родины). — В Баку создана «Аллея шехидов». «Всех причислили к славной плеяде шехидов, т.е. павших за правое дело» (Неделя. — 2010. — 21 января) и т.д.

В заключение можно констатировать, что процесс заимствования продолжается и по настоящее время, его значимость заключается в том, что выяснение истоков заимствования, его классификация и толкование новых слов помогают воспринимать, понимать и использовать в республиканских средствах массовой информации в различных сферах общественно-политической жизни общества.

Современная политическая терминология. После распада Советского Союза и ликвидации однопартийной коммунистической системы на постсоветском пространстве возникают самостоятельные суверенные государства. В связи с демократизации политической жизни появляются различные политические организации.

Тот же процесс происходит и в Азербайджане, где возникают различные партии: Ени Азербайджан партиясы (ЕАП); Мусават, Анна ветен, Азадлыг и т.д. Приведем несколько примеров употребления перечисленных наименований в республиканской прессе.

Новые азербайджанцы. Бозгурдовцы — серые волки. Адалятовцы. — «Адалятовцы снова пикетируют, добиваясь регистрации партии» (Неделя. — 2002. — 22 января).

Лексика культуры. Мугам. 1) ладово-мелодическая модель в азербайджанской народной музыке, насчитывающая свыше 70 ладов, каждый из которых носит определенное название, например, «Раст», «Шур», «Сегях» и др. — «Недавно в Азербайджане завершился конкурс мугама с участием молодых исполнителей, где зрители с помощью SMS-сообщений выбирали лучшего» (Неделя. — 2010. — 16-22 января).

Пехливан 1) богатырь, силач; 2) борец. «Наши пехливаны против сильнейших борцов планеты (Неделя. — 2009. — 31 декабря).

Армуды — грушевидный. Армуду стакан — грушевидный стакан. «Свой уникальный чай в армуды» (Зеркало. — 2005. — 30 марта).

Разговорная лексика. Алвер — купля-продажа, торговля. «Крутой алвер в Нью-Йорке». «Алвер нынче совсем упал» («Зеркало. — 2007. — 10 июня).

Тапш — просьба, просить за кого-то. «Тапш нужен, денги, сязи... Впрочем, так сейчас везде, куда ни глянь» (Зеркало. — 2009. — 1 ноября).

Анализ русскоязычной прессы показал, что азербайджанские слова и выражения проникают практически во все жанры периодической печати, отражая общественно-политическую, экономическую и культурную жизнь республики, в том числе, религию, быт и другие аспекты. С помощью русского языка в азербайджанский язык вошло много латинизмов, англицизмов, германизмов и т.п., на порядок обогатившие азербайджанский язык. Все это говорит, скорее всего, о том, что в Азербайджане русский язык воспринят не просто как «член клуба мировых языков (хоть это тоже не маловажно), но и как сильный посредник между азербайджанским (и тюркским вообще) и западноевропейскими языками, а также культурами в целом.

В заключение можно констатировать, что процесс заимствования продолжается и в настоящее время, его значимость заключается в том, что выяснение истоков заимствования, его классификация и толкование новых слов помогают воспринимать, понимать и использовать в республиканских средствах массовой информации в различных сферах общественно-политической жизни общества.

С. Алиева (Аскерова)

Динамика развития системы азербайджанского телевидения в период независимости

Процесс развития любого государства по всем направлениям непосредственно связан с периодом его независимости. Демократические ценности, считающиеся одним из важнейших признаков современной эпохи, реализуются лишь в условиях независимости.

Для сохранения и развития независимости, обретенной в результате продолжительных войн, в центре внимания Азербайджана всегда находится строительство демократического правового государства. Эта особенность проявляется как в государственной политике, так и во власти, управляющей государством, в частности, в воле президента — атрибута независимости государства. Закономерным является и тот факт, что Президент Азербайджанской Республики Г. Алиев считал прессу ценным и потенциальным средством в обретении и развитии независимости страны. По мнению президента, «азербайджанская журналистика, всегда находившаяся в авангарде национально-освободительного движения, внесла весомый вклад в определение и решение задач, стоящих перед обществом» (1, 55-328).

Этот факт наглядно свидетельствует о заботе государства о развитии как прессы, так и телевидения. В частности, развитие электронных информационных средств телевидения и радио в целом находится в центре внимания. Иногда высказываются и такие мысли, что «развитие электронных информационных средств — требование времени и данное развитие должно быть благодарно самому времени» (2, 53). В этом есть доля истины, однако не следует забывать, что при отсутствии демократии, воли государства ни о каком развитии, в том числе и телевидения, речи быть не может. В связи с этим обратимся к мысли, высказанной президентом Г. Алиевым: «Телевидение — огромный мир... Сейчас никто из нас не может представить себя без телевидения. Азербайджанское телевидение сегодня — это результат большого и напряженного труда» (3, 106-184).

Следующая мысль Президента Азербайджанской Республики Ильхама Алиева также является наглядным выражением этой воли: «У нас единая цель и идея — еще более укрепить нашу страну, добиться демократического развития и укрепления общества» (4, 184-640).

Эти категоричные слова проявляются в работе, действии. Роль свободной, независимой прессы в реализации демократических идей была научно обоснована президентом И. Алиевым: «В Азербайджане в прямом смысле слова имеется большая необходимость в независимой прессе, СМИ. Я уверен, что в строительстве нормального, независимого, демократического государства огромную значимость имеют СМИ, и эта значимость постепенно возрастает» (5, 11-35).

Все это свидетельствует о том, что журналистика, в том числе и телевидение, являющееся самым мощным информационным средством современности, служат государственному строительству, развитию. Однако верно и то, что «азербайджанское телевидение смогло встать на путь служения народу только после обретения независимости. Именно с этого периода азербайджанскому телевидению суждено было вместе с народом, родиной прожить самые знаменательные и тяжёлые дни, быть в центре самых важных событий» (6, 500).

Преобразование Азербайджанского Государственного телерадиовещательного комитета, функционировавшего на протяжении многих лет как государственное телевидение, в компанию явилось началом нового этапа в жизни телевидения. Однако до этого студия «215 KL», образованная посредством использования технических возможностей телевидения, функционировала как самостоятельная структура, освещающая борьбу Азербайджана за независимость. Совершенно справедлива мысль о том, что «одной из

новых черт азербайджанского телевидения, связанных с его деятельностью в первые годы независимости, является включение в сеть альтернативных каналов и функционирование в условиях конкуренции» (7, 113). Следовательно, с 1990-х гг. в Азербайджане начинается процесс формирования среды, называемой телепространством.

Неслучайно выше было отмечено, что динамика в процессе развития азербайджанского телепространства обусловлена периодом независимости. Азербайджан, находясь в составе СССР, никогда не мог выйти за идеологические рамки в телерадиопрограммах, как и во всей системе прессы. Поэтому, говоря о современной системе телевидения, следует учитывать её отличие от той основы, с которой начиналось её развитие (8, 52-382), т.к. даже самое радикальное революционное изменение имеет свою точку отсчета. Все телевидения на постсоветском пространстве являлись составной частью единой информационно-пропагандистской системы СССР (8, 56).

Процесс перестройки, начавшийся в СССР со второй половины 1980-х гг., наряду со всеми недостатками и национальными трагедиями, принес в страну, в том числе и в Азербайджан, новую демократическую атмосферу. На фоне национально-освободительного движения, начавшегося именно с этого периода, возникают совершенно новые общественно-политические условия и формируются идеи вокруг новой типологической системы, ещё полностью не воспринятой в мире телевидения (9, 63). От периода СССР России остались в наследство 75 телецентров и телестудий (11, 83-304).

Национальные республики, в том числе и Азербайджан, вступили в начало 90-х гг. всего с одним телевидением, функционирующим с 1956 г. Азербайджанские журналисты, воспользовавшись относительно потеплением политической обстановки, начали создавать независимые газеты. Вскоре на повестке дня оказалась идея независимого телерадио. В 1991 году вышло в эфир телевидение ANS, считавшееся первым независимым телеканалом в стране, с программой «Хеберчи» («Вестник»), используя технические возможности АЗТВ; 9 марта 1992 оно было зарегистрировано в Баку как общество с ограниченной ответственностью.

Открылись также широкие возможности для создания частных телекомпаний и радио (12, 307). Вслед за телевидением ANS появились телеканалы «Space» (12 октября 1997), «Lider» (1 сентября 2000), «Azad Azərbaycan» («Свободный Азербайджан») (25 декабря 2002), «Компания общественного теле- и радиовещания» (29 августа 2005), «İdman Azərbaycan» («Спортивный Азербайджан») и «Azərbaycan International». С другой стороны, в регионах Азербайджана также функционируют телерадиоструктуры: «Alternativ», «Kəpəz2 в Гяндже», «Aygün TV» в Загатале, «Dünya TV» («Мир ТВ») в Сумгаите, «Xəyal TV» («Мечта ТВ»), «Qıtıb TV» («Полос ТВ») в Губе, «Simurq TV» в Товузе, Хачмаз ТВ, Ленкоран ТВ, Мингечахир ТВ и др.

Успешное развитие прессы и телевидения в независимом Азербайджане обусловлено также созданием их

законодательной базы. Эта политика связана с независимостью и строительством правового государства. Ясно, что правовые основы СМИ являются регулятором их деятельности. Демократичность демократических стран связана с совершенствованием механизма создания и действия законов, создающих условия для свободного самовыражения личности. Если принять во внимание тот факт, что печать, в частности, телевидение являются также серьезной деловой сферой, то формирование законов в данной области имеет огромное значение. Еще в самом начале периода независимости Милли Меджлис Азербайджана принял закон «О средствах массовой информации» (1992) и этот закон оставался в силе до 1999 года. Пересмотрение этого закона было обусловлено его несовершенством и, в частности, несоответствием демократическому духу нового времени. 7 декабря 1999 г. Милли Меджлис принял новый Закон о СМИ. Закон «О СМИ» в определенной степени объединяет деятельность телевидения и радио. V глава этого закона, называемая «Правовые основы работы телевидения и радио», отражает многие стороны данной сферы. Однако данный закон, включающий в основном регулирование письменной журналистики, не распространялся полностью на теле- и радиовещание. Поэтому 25 июня 2002 г. Милли Меджлис Азербайджанской Республики принял отдельный закон «О теле- и радиовещании». Этот закон, с одной стороны, определяет принципы функционирования сложившейся в стране телерадиосистемы, с другой стороны, закрепляет правовые основы появления новых теле- и радиоканалов. Поэтому в самом начале данного закона говорится: «Данный закон устанавливает правовые, экономические и организационные основы деятельности телевидения и радио, направленной на обеспечение права проведения открытых и свободных обсуждений, свободы информации, мысли и слова каждого». В настоящем контексте нас интересует проблема закрепления в законе основ телерадио. В первую очередь следует отметить, что закон гарантирует свободу телерадиовещания в Азербайджанской Республике и считает недопустимой цензуру в этой области. Закон ставит задачу создания соответствующей государственной структуры, регулирующей организацию телерадио на правовых основах. Неслучайно после принятия этого закона в Азербайджане был образован Совет Национального Телевидения и Радио. До создания этой государственной структуры закон Азербайджанской Республики «О теле- и радиовещании» определил основные направления его деятельности.

Далее данную структуру, созданную как Совет Национального Телевидения и Радио, закон именуется «Соответствующим государственным органом» и вменяет ему в обязанности: создание собственного аппарата и структурных подразделений; ведение реестра телерадиовещателей; определение технических и качественных стандартов и норм телерадиовещания; объявление конкурса с целью вручения специальной лицензии телерадиовещанию, подготовка правил, условий конкурса и его проведение и т.д.

В этих строках, где мы ссылаемся на статью 11 третьего раздела закона, понятие лицензия имеет отдельный смысл. Дело в том, что одним из первоначальных

условий для теле- и радиовещания является получение лицензии. В отличие от печатных изданий, создание телевидения и радио происходит в совершенно иной форме. Первое отличие заключается в том, что для выхода в эфир средств электронной информации, в частности, телевидения и радио, ему должен быть дан особый эфирный путь, говоря техническим языком путь, именуемый «частота». Это серьёзный фактор, который должен быть принят во внимание при организации телерадио. В противном случае самовольный выход любого, кто владеет техническим навыком, в эфир приведет к неразберихе и, таким образом, выйти в эфир вообще будет невозможно. Поэтому государственная регистрация Телевидения и Радио, определение и выдача ему технической частоты со стороны соответствующего государственного органа считаются одним из первоначальных условий (9, 173-435).

Конечно, отсюда вовсе не следует, что осуществление регистрации и частоты со стороны государства ограничит свободу вещателей. Как и во всех демократических странах мира, где свобода телерадиовещания закреплена законом, в Азербайджане также вещатель свободен и независим. Однако для телерадиовещания весьма важно получение лицензии.

Азербайджанское государство создало, можно сказать, идеальные условия для развития печати в стране, а также вышеуказанным законом благоприятные условия для ускоренного развития телерадио. За счет возможностей, предоставляемых этим законом, в стране появился и продолжает появляться ряд новых теле- и радиоканалов.

Независимость Азербайджана способствовала его интеграции в демократический мир. В данном процессе создание независимой медиа, в том числе независимого телевидения означало решение весьма серьёзной задачи. Вообще, существуют конкретные факторы, обусловившие необходимость создания независимого телерадио. Конечно, главный фактор связан с ролью телерадио в социальной системе в целом (9, 21-176).

Такая особенность была связана и с неверием в способность частного телерадио, работающего на рынок, осуществлять общественную службу. Действительно, стремительное развитие коммерческих телеканалов свидетельствовало о рыночной направленности их деятельности. В таких условиях возникла идея создания телеканала особого типа, служащего просвещению общества, созданию национально-духовных ценностей, обеспечению плюрализма и далекого от политических интересов. Идея общественного телерадио вовсе не новая. В действительности, в Европе телевидение с самого момента создания было воспринято как структура общественного характера. Более того, Англия, отличающаяся от других европейских стран созданием коммерческих телеканалов ещё в 1950 г., была инициатором преобразования этих каналов в общественную модель (10, 171-550). Однако все это осталось лишь идеей и не реализовалось.

Эта идея вновь прозвучала на специальной конференции, связанной с местом телерадио в обществе, которая была проведена Советом Европы в 1975 г. В 1986 г. были намечены основные направления обще-

ственного телерадио и в 1994 г. в связи с этим была принята специальная резолюция на IV конференции соответствующих министров стран-членов Совета Европы, связанной с политикой массовой информации.

Резолюция получила оценку как важнейшее обязательство стран-участниц Совета по созданию общественного телерадио, всеми своими параметрами обещающего функционировать как независимая структура. Вывод такой, что общественное ТВ предназначено не для правительства, не для какой-либо политической партии, а для всего общества, для всего населения. Данное ТВ, будучи независимым, служит лишь населению и гражданам (10, 110-435).

Азербайджан, вступая в Совет Европы, принял обязательство по созданию в стране общественного телерадио. Азербайджанская Республика предприняла ещё один шаг на пути строительства демократического государства и приняла в 2004 г. закон «Об общественном телерадиовещании». Спустя некоторое время, 29 августа 2005 г. в эфир вышло телевидение нового типа. На церемонии его открытия Президент Ильхам Алиев в своем поздравительном выступлении выразил надежду, что это телевидение станет абсолютно независимым средством информации. «Общественное Телевидение (ОТВ)» Азербайджана является перспективной структурой. В настоящее время сотрудники данной структуры прилагают все усилия, чтобы оправдать возлагаемые на неё надежды.

Факты свидетельствуют о том, что телевизионное пространство Азербайджана, имеющее свое место в медийной системе, достигло динамического развития с обретением независимости, это развитие успешно продолжается.

Арзу Насими гызы Ахмедова

Примечания

1. Ильхам Алиев. Цитаты и анализ / Ильхам Алиев. – Изд. «Азербайджан», Баку, 2006 (на азербайджанском языке).
2. Гейдар Алиев и пресса : интервью, заявления, обращения, выступления / Гейдар Алиев. – Баку, «Нурлан», 1 том, 2003 (на азербайджанском языке).
3. Ализаде Я. Азербайджанский эфир : история и современность / Я. Ализаде, Г. Магеррамли. – Баку, «Нурлан», 2006 (на азербайджанском языке).
4. Магеррамли Г. Общественное телевидение / Г. Магеррамли. – Баку, «Баку Нешр», 2003 (на азербайджанском языке).
5. Мамедли Дж. Азербайджанское теле- и радиовещание / Дж. Мамедли. – Баку, 2004 (на азербайджанском языке).
6. Мамедли Дж. Современная журналистика / Дж. Мамедли. – Баку, Издательство Бакинского Университета, 2003 (на азербайджанском языке).
7. Рустамов А. Журналистика / А. Рустамов. – Баку, Издательство Бакинского Университета, 2005 (на азербайджанском языке).
8. Играев Б.А. Динамика развития электронных СМИ / Б.А. Играев. – Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2004.
9. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. История, теория, практика / В.Л. Цвик. – М., «Аспект-пресс», 2004.
10. Телевизионная журналистика. – М., «Высшая школа», 2002.

Авторские оценки социального времени в медиатексте

Медиатекст позволяет зафиксировать восприятие социального времени коммуникатором и транслировать темпоральные оценки многомиллионной аудитории. Для последней подобные «маяки» чрезвычайно важны, так как помогают уяснить суть происходящих событий, осмыслить новое, понять, как относиться к той повседневной истории, которая происходит на глазах, но все время ускользает, растворяясь во вчерашнем дне. Журналисты обозначают «точки невозврата», точки выбора пути, которые уже прошло наше общество. Определение «вех» важно в эпоху относительной стабильности, когда границы между прошлым, настоящим и будущим максимально размыты. И в эпоху «инфокалипсиса» — когда количество информации не переходит в качество и тем самым способствует нарастанию энтропии.

Социальное время отражается в медиатексте как переживание незавершенного настоящего, как коллективное социальное самочувствие всего российского общества. Естественно, что такое обобщенное и упрощенное мировосприятие не вполне отражает весь спектр умонастроений отдельных социальных групп, и, тем более, не совпадает с индивидуально-личностным переживанием социального бытия отдельным человеком. Тем не менее, фиксация оценок социального времени в медиатексте синхронизирует ритмы разрозненных темпоральностей и создает единую временную платформу, которая становится ориентиром, хронометром российского общества.

Поскольку в современных масс-медиа утвердился принцип диверсификации информации, то для выявления оценок социального времени представляется наиболее удачным проанализировать контент трех общенациональных российских телеканалов, поскольку они ориентированы на массовую аудиторию и имеют самый широкий охват аудитории страны.

Границами модусов социального времени — прошлого, настоящего и будущего — становятся значимые события, повлекшие за собой качественное изменение жизни общества, или убыстрение/замедление ее темпа; события, несущие перемены, могут быть связаны с физическими трансформациями пространства, но, чтобы физическое изменение повлияло на мировосприятие, оно должно быть сопряжено с трансформацией социального пространства. Перемены осознаются как перемены, когда общество признает, что необходимо учиться жить в новых условиях. Часто динамику временным процессам задают субъекты социальной действительности — политики, общественные деятели, представители культуры и искусства.

Осень 2010-го ознаменована уходом из большой медийной политики Юрия Лужкова. Это событие стало значимым информационным поводом для новостных и публицистических программ: «Вести», «Специальный корреспондент», «Вести недели» («Россия-1»),

«Новости», «Время», «Воскресное время», «Познер», «Пусть говорят» («Первый канал»), «Сегодня», «Сегодня. Итоговая программа» (НТВ). Окончание эпохи Лужкова — событие, отграничивающее «прошлое» и «будущее» на векторе социального времени российского общества.

Рассмотрим оценки этого события журналистами с точки зрения изменений восприятия социального пространства и времени.

Фактографическое высказывание. От утренних выпусков новостей к вечерним; от новостных передач к публицистическим — движется в сторону большей экспрессии, подчеркиваются перемены не столько в мэрии Москвы, сколько в сознании россиян.

Мэрия Москвы получила указ об отставке Лужкова.

Президент России Дмитрий Медведев подписал указ о досрочном прекращении полномочий мэра Москвы Юрия Лужкова.

Сегодня утратило актуальность словосочетание, оставшееся незабываемым почти два десятилетия. Мэр Москвы Юрий Лужков перестал быть мэром.

Изменение времени дается через эволюцию образа «знаковой фигуры». Динамика создается через противопоставление характеристик Лужкова в начале и в конце карьеры. Лужков в 1990-х энергичный и крепкий хозяйственник, близкий и понятный москвичам: *«после серых функционеров советской эпохи столица получила мэра новой формации», «узнаваемая кепка, мелькала сразу на всех стройплощадках города», «молодой мэр Лужков старался выглядеть, что называется, своим парнем».* — В конце 2000-х: *«опора на рейтинг и влиятельный столичный бизнес постепенно превратила Юрия Лужкова в политика федерального масштаба», «олигарх победил крепкого хозяйственника и патриота».* Оценка журналистов подчеркивает негативную динамику — от «хозяйственника» до «хозяина всея Москвы», от «своего» к «чужим», от «народа» к «хозяевам жизни». Признается, что экс-мэр Москвы *«является знаковой фигурой современной России», «войдет в историю».*

Хронологический и исторический контекст. Период правления Лужкова — это хронологический отрезок в 18 лет, что дает повод для исторических аналогий: *«18 лет — столько Брежнев стоял у руля Советского Союза».* Стоит отметить попытки метафорично обозначить уходящую эпоху: *«Уж конечно, не эпоха застоя. Возможно, эпоха ускоренной перестройки»* — и стиль правления — *«особая модель экономики — лужкономика».*

Трансформация реального и социального пространства. Зримые физические изменения, которые произошли с городом за 18 лет, описываются журналистами в оппозиции «польза-вред»: *«В 1992 году беспризорная и неопрятная столица развалившейся страны интеллигентно стеснялась своей запущенности»,* при Лужкове Москва *«превратилась в сияющий освещением»*

и иллюминацией мегаполиса», «МКАД сделали трассой мирового уровня», «восстановили храм Христа Спасителя». С другой стороны — «дикие пробки, давка в метро, тотальное пренебрежение историческим обликом российского города». Экспрессивные глаголы подчеркивают интенсивность и безвозвратность перемен: «строительная гигантомания захлестнула город», «Москва утонула в турецких башенках, стеклянных куполах, ажурных колоннадах, растяжках и билбордах», «стала городом, который растет невширь, а, так сказать, внутрь самого себя».

Физическая реальность переводится в трансформацию социокультурного пространства: «В небо врезались башни Сити — символы московского благополучия», они «как иглы наркоманов». Из облика города исчезает то, что всегда было символом Москвы — «купола

уходят». На смену «Москве златоглавой» приходит «архитектура жадности», столица стала «городом не для жизни, а для извлечения прибыли».

Изменение социального времени. Отставка градоначальника преподносится как новый этап развития политической системы страны: «Стиль Лужкова оказался слишком уж несовременным, слишком обращенным в прошлое», «жизнь, как всегда, незаметно ушла вперед». Необходимость перемен подчеркивается множеством лексических единиц с негативной коннотацией: «Это начало настоящей борьбы с коррупцией, с бюрократизмом, с волокитой, с мошенническими схемами, с игнорированием власти, с подрывом авторитета власти».

В. Байдина

Новости в аспекте суггестивности

Несмотря на широкое распространение электронных СМИ, телевидение остается одним из популярных источников информации, участвующих в построении картины мира реципиента. Возникновение определенных эмоций, формирование мнения о чем-либо — эти процессы протекают, в том числе, благодаря действию механизмов суггестии (внушения). Наличие средств суггестии в тексте увеличивает его воздействующую силу. К воздействующим текстам следует отнести и новостные тексты (телесюжеты), суггестивный потенциал которых до сих пор не рассматривался исследователями. Вместе с тем подобное исследование представляется актуальной задачей, поскольку продуцирование и трансляция прагматических новостных телесюжетов могут представлять угрозу информационной безопасности аудитории, так как новостные программы люди воспринимают чаще всего некритично — как отражение реальности.

Суггестивность текста проявляется при наличии в нем определенных групп языковых средств (фонетических, морфологических, лексических, синтаксических), организованных композиционно (с помощью повторов, вырабатывающих определенный ритм; подтекста; контраста). Ведущим, инвариантным композиционным средством суггестии является повтор. Использование остальных композиционных средств вариативно.

Новостные телесюжеты могут являться суггестивными текстами, поскольку в ряде случаев в них присутствуют описанные исследователями маркеры суггестивности: повторение морфем; метафоры, «размывающие» смысл; синонимы; пресуппозиции, формирующие имплицитные предпосылки высказывания; варьирование длины и глубины предложения и др. Немаловажным признаком прагматической направленности текста является наличие в новостной информации оценочных слов. Давать оценки могут только эксперты и фигуранты сюжета, но не журналист. Он не должен подталкивать зрителя к какому-либо выводу.

Так, в сюжетах программы «Время новостей» телекомпании «Телекон», посвященных принадлежащему компании «Евраз» Нижнетагильскому металлургическому комбинату (основному «загрязнителю» городской атмосферы), деятельность последнего подается исключительно в положительном свете. Даже малозначительные факты освещаются эмоционально и подробно. Основной акцент делается на заботе руководства предприятия о рабочих, а также на усилиях, направленных на модернизацию производства и сохранение экологии города. Данная информация «кочует» из сюжета в сюжет. Акцентированию этих смыслов служат присутствующие в текстах повторы морфем (например, приставок «ре», «пере» — «реконструкция», «переоборудование», «переобучение» и др.; корня «нов» — «новый», «обновление» и др.; корня «чист» — «чистый», «очиститель» и др.; корня «раб» в сочетании с суффиксом «от» — «работники», «работаем» и др.); синонимические (языковые и контекстуальные) повторы (пример номинационной цепочки, которая характеризует введенную в строй вытяжную станцию, убирающую пыль из одного цеха: «проект России», «очиститель воздуха», «очиститель от пыли», «объект реконструкции», «виновница торжества»); цепочки оценочных слов («улучшающий», «мощный», «совершенный», «незаменимый», «отличный», «эффективный» и др.); метафоры, активизирующие цепь ассоциаций (о рабочих предприятия: «ценные кадры», «золотой фонд» и др.); повторы предложения или его части в разных фрагментах текста (например, кольцевой повтор характеристики упомянутой выше вытяжной станции — «делает тагильскую атмосферу чище») и др.

Помимо повторов элементов в тексте одного сюжета можно наблюдать сквозные повторы — переход определенной информации из сюжета в сюжет для закрепления ее в сознании адресата. Так, в нескольких текстах для подчеркивания значительности усилий комбината используется пресуппозиция «И кризис «Евразу» не помешал». Эта фраза повторяется практически дословно.

Оценить степень воздействия суггестивных средств на адресата, т.е. определить, могут ли зрители отделить прагматическую информацию, «спрятанную» в тексте сюжета, от той, которая служит информационным поводом для новости, позволяют экспериментальные методы исследования. В ходе лингвистического эксперимента 73 его участникам после ознакомления с телесюжетами было предложено ответить на ряд вопросов: 1) Какую информацию вы получили из сюжета? 2) Какое мнение у вас сложилось об описываемых событиях? 3) Какие эмоции возникли? Почему? 4) Можно ли считать информацию сюжета достоверной? Почему?

Опрос показал, что большая часть респондентов воспроизводит в своих ответах материалы телесюжетов и оценивает последние как достоверную информацию. При этом, характеризуя увиденное, респонденты используют синонимические цепочки

и другие виды повторов из воспринятого текста. То есть именно те фрагменты, на которых и был сделан акцент в передаче. Таким образом, можно сделать вывод, что факт воздействия остается практически незаметным для адресата, что позволяет адресанту с высокой долей вероятности достичь прагматических целей.

Помимо отмеченных маркеров суггестивности в подобных текстах, как правило, присутствуют и общие приемы внушающего воздействия: «помещение в контекст», одноплановое представление информации и др.

Важно заметить, что тексты новостей, построенные с использованием суггестивных методик, частично утрачивают содержательные признаки жанра и могут быть названы информационными сообщениями.

Э. Булатова, Н. Кропачева

Неустойчивость новостного Интернет-текста как один из репрезентантов языковой игры

Как известно, Интернет-сообщество продуцирует принципиально новую форму социальной коммуникации, которая характеризуется виртуальностью, анонимностью, интерактивностью, децентрацией, снижением значимости и мутацией пространственно-временных ориентиров. Сегодня, и с этим согласно большинство исследователей, Интернет-СМК создают и активно развивают собственные системы коммуникации, построенные по менее жестким, чем в традиционных СМИ, правилам и репрезентирующие иной тип субъект-субъектных и субъект-объектных отношений. В рамках этого специфического поля коммуникации возникают особые масс-медиа, которые лишь на начальных этапах наследовали устойчивые сценарии взаимодействия с реципиентом или, в терминологии Л. Витгенштейна языковые игры, характерные традиционным СМК.

Языковые игры в данном случае понимаются нами как устойчивые модели социальной коммуникации, построенные по определенным конвенциональным правилам. Л. Витгенштейну так поясняет сложную природу этих правил: «мы только тогда скажем, что объяснение обучает его применению, когда почва для этого уже подготовлена. И в данном случае подготовленность состоит не в том, что человек, которому мы даем пояснение, уже знает правила игры, а в том, что он уже овладел игрой в другом смысле» (Л. Витгенштейн. Философские исследования. — <http://www.philosophy.ru/library/witt/phil.html>). Таким образом, человек не просто усваивает правила каждой языковой игры в процессе ее использования, он должен оперировать определенным (историко-культурным, обще социальным и, даже, частным, личностно значимым) объемом знаний относительно предметов и явлений, которые используются в игре, правил поведения в аналогичных играх.

Существенное влияние на процесс формирования новых языковых игр, сценариев взаимодействия Интернет-СМК с реципиентом оказало отсутствие тех рамок, которые действуют в традиционных СМК. Новое информационное пространство предлагает журналистам большую свободу для игры с текстом, что приводит к его трансформации по всей парадигме. Наиболее значимые с точки зрения восприятия реципиентом изменения можно зафиксировать на уровне содержания, формы и пространственно-временных характеристик, которые образуют формально-содержательное единство.

На уровне содержания происходит изменение масштаба видения проблемы. Языковые игры интернет-изданий характеризуются стремлением наиболее подробно, практически в реальном времени передать актуальные события. Это приводит к появлению новых форм текста. Например, для освещения событий, которые динамично развиваются, может использоваться такая форма, как постоянно обновляемый текст, который в хронологическом порядке дополняется сообщениями с места происшествия. Эта новая для журналистики форма (прямые включения с места событий на радио или ТВ нельзя сравнивать с этим новым сценарием, поскольку они все же не образуют единый текст) репрезентует особый, неустойчивый текст. Он представляет собой постоянно открытую структуру, существование которой стало возможным благодаря универсальности языковых игр Интернет-СМК, обусловленной широкими техническими возможностями сети.

Стремление подробно и оперативно передавать информацию приводит к большому количеству неточностей и ошибок, которые могут устраняться в процессе работы, так как текст постоянного открыт для редактирования. Таким образом, событие, развиваясь, трансформируется, информация дополняет-

ся, уточняется, а сведения об этом не фиксируются. Трансформации происходят на всех уровнях текста. В результате – текст утрачивает прошедшее время – он постоянно актуален, поскольку неизвестно, когда были внесены последние изменения. Кроме того, благодаря гипертекстовым механизмам сети любая новость может стать актуальной в момент всплеска интереса к событию. Такие явления можно проследить по комментариям к тексту новости, оставляемым пользователями. Трансформация пространственно-временных ориентиров проявляется и на текстовом уровне. Например, заголовки новостей стремятся передать процессуальность того или иного действия, чаще используются глаголы несовершенного вида, что характерно для материалов с фото или видео (Как донецкие спасатели из люка доставали лошадь (<http://www.ostro.org/video/>), Скрытой камерой сняли, как в ГАИ спускают план по протоколам, пьяным и прочим нарушителям ПДД (<http://www.ostro.org/video/video-181/>)).

Специфические языковые игры сети характеризуются неустойчивостью. Нестабильность характерна для всего массива Интернет-текстов и проявляется на всех уровнях (формы, содержания, ценностно-смысловых аспектах, создаваемой и задаваемой системой социальной коммуникации).

Наиболее ярко эту тенденцию демонстрируют изменения, которые происходят на официальных сайтах властных структур, которые призваны освещать деятельность правительства. Например, в январе этого года многие Интернет-СМИ Украины писали о том, что «Указ №49/2010, которым Президент Виктор Ющенко присвоил основателю ОУН Степану Бандере звание Героя Украины, исчез с официального сайта Президента» (<http://ukranews.com/ru/news/ukraine/2011/01/12/34840>). Стоит отметить, что приказ был отменен еще в 2010 г., а информация о его существовании убрана с сайта главы государства. Таким образом, реципиент может зафиксировать изменения, если целенаправленно их отслеживает. Все элементы сетевого текста поддаются трансформациям, постоянно открыты для внесения изменений любого качества и масштаба вплоть до полного удаления или замещения. Реципиент не только соглашается с такими правилами игры, но и подталкивает авторов к этому, благодаря интерактивным механизмам сети, становясь активным участником новой языковой игры. Этот новый тип отношений становится правилом для социальной коммуникации в целом.

Е. Васина

Современные тенденции раскрытия темы «спорта» в региональной прессе

В настоящее время местные СМИ на равных конкурируют с центральными, однако региональная спортивная информация обладает определенными особенностями, которые складываются из создания целостной картины спортивной жизни региона на основе накапливаемой региональной общностью потенциальной информации; анализа основных ее проблем и тенденций; удовлетворения на этой основе всей совокупности потребностей регионального читателя.

Благодаря особой близости к своей аудитории местные СМИ проявляют интерес к тем спортивным событиям, информацию о которых в большинстве случаев аудитория может получить из региональных изданий. К ним относятся соревнования, проходящие в рамках ограниченного пространства (районные, городские, областные, региональные и межрегиональные; школьные, университетские, корпоративные и т.д.), а также выступления местных спортсменов на российском и международном уровне. Именно такая информация чаще вызывает интерес у провинциальной аудитории, имеющей возможность не только просто «поболеть» за своих земляков, но и проследить их спортивную карьеру на пути к достижению «олимпийских вершин».

Местные универсальные (в основном общеполитические) издания всегда пользуются популярностью у массового читателя. В то же время именно в этой прессе имеется возможность обстоятельно расска-

зать о различных видах спорта, успешно конкурируя со специализированными изданиями. Следует отметить, что региональные спортивные газеты и журналы обычно имеют небольшой тираж 2-3,5 тыс. экземпляров. У универсальных изданий тираж значительно выше (от 15 тыс. до 30-40 тыс.).

Рассматривая тематическое разнообразие, представленное в областных и городских изданиях, необходимо отметить, что здесь четко выделяются три группы.

Первая группа представлена наиболее популярными темами в местной печати: «Олимпийские виды спорта» и «Личность в спорте». Это объясняется тем, что: 1) «олимпийские» – виды, к которым проявляет наибольший интерес региональная аудитория. Местные болельщики не только «болеют» за сборную России, но и за конкретного спортсмена, который представляет тот или иной край, область, автономию, республику; 2) многие олимпийские виды культивируются в том или ином регионе. Особенно популярными являются футбол и хоккей.

В раскрытии темы «Личность в спорте» проявляется новая тенденция: популяризация «коллективного героя» (когда речь идет о команде или группе спортсменов (болельщиков) и т.д.), а не выделение конкретной личности. В этих условиях обнаруживается очевидный социально-психологический аспект. Например, говоря о спортивном коллективе в целом, журналист в какой-то мере уравнивает отношения

между явными и потенциальными индивидуальными лидерами, что во многом благоприятно сказывается на обстановке в спортивной команде (сборной) и в свою очередь способствует успешному выступлению спортсменов на соревнованиях.

Тем не менее, необходимо отметить, что достаточно много случаев, когда герой в публикациях о спорте не определен. Это может объясняться тем, что информация о событии важнее сведений о спортивной личности. Однако данное обстоятельство выявляет явное противоречие: показывая героя и события, некоторые спортивные журналисты не обращают внимания на логику изложения, которая гармонизирует информацию, а делают ее «отрывочной», мозаичной, нецелостной.

Зачастую в спортивных материалах региональных СМИ, наряду с традиционными персонажами (спортсменами, тренерами, болельщиками), «новым» героем часто становится «неспортивный» человек – представитель государственных (властных) структур или бизнеса. В то же время некоторые «спортивные личности» (арбитры, технический персонал) остаются без должного внимания местных масс-медиа, в то время как раскрытие особенностей их профессионального мастерства в дальнейшем может стать одним из перспективных направлений региональной спортивной журналистики.

Ко второй группе, раскрывающей спортивную деятельность в местной печати, относятся такие темы, как «Неолимпийские виды», «Спорт как зрелище», «Спорт как основа образа жизни», «Спорт как бизнес-индустрия», «Экстремальные виды спорта», «Спортивные объекты» и «Спорт как досуг, хобби».

Если положение первых трех тем вполне объяснимо, то неожиданная популярность темы спорта как бизнес-индустрии дает основания полагать, что такие материалы, отражающие экономические стороны спортивной жизни, прочно входят в информационное поле местной прессы, предоставляя уникальную возможность уйти от стереотипных тем в изложении спортивной информации. На деле происходит расширение тематического пространства региональных СМИ, что позволяет им создавать достойную конкуренцию общенациональным масс-медиа в популяризации спортивной темы.

Третья группа – тематические «аутсайдеры» в региональной печати: «Национальные виды спорта» (исключением является республиканская пресса, где эта тема является основной) и тема «Спорт как развитие профессиональных навыков». Главной причиной невостребованности этих тем на сегод-

няшний день является недостаточное внимание и в какой-то степени недопонимание их глубины и важности как со стороны городских и областных департаментов по культуре и спорту, так и журналистов, не проявляющих к ним соответствующего интереса.

Если шире рассматривать суть данной проблемы, то каждая из «аутсайдерских» тем имеет немало перспективных моментов, если найти подходы в их правильном «позиционировании».

В частности, должное раскрытие темы о национальных видах спорта может способствовать возрождению и развитию российских национальных традиций и обычаев, характерных именно для определенного региона, а не, к примеру, традиций стран Востока (в наши дни довольно широко культивируются восточные единоборства). В то же время рассказ об истории и обычаях национального спорта может стать постоянной темой (в виде колонок, рубрик) во многих местных СМИ, независимо от их тематической ориентации.

При представлении же темы «Спорт как развитие профессиональных навыков» местные средства массовой информации способны не только показать, как физическая подготовка содействует выработке профессиональных качеств (в частности это касается профессий военных, милиционеров, пожарных, спасателей, кинологов и других), но и имеют возможность популяризировать эти профессии среди молодого поколения.

С одной стороны, спортивная информация в местных СМИ достаточно разнообразна: в ней представлен широкий спектр тем, раскрывающих фактически все стороны спортивной жизни, начиная от общих представлений о спорте («Спорт как основа образа жизни», «Спорт как зрелище», «Спорт как бизнес-индустрия»), видов спорта и заканчивая персонифицированной информацией «Личность в спорте».

С другой стороны, имея полноценные технические и информационные возможности для освещения спортивной жизни региона, местная пресса до сих пор не использует их в полной мере.

Между тем региональные печатные СМИ в силу своей специфики дают возможность читателям глубже осмыслить события спортивной жизни, проанализировать их и, следовательно, тем самым активнее способствуют выработке собственной точки зрения на происходящее действие.

Е. Войтик

Становление русской общественной мысли в Азербайджане

С 1828 г. в истории Азербайджана началась новая эра – эра политического и экономического преобладания России в Азербайджане, сопровождавшегося коренными преобразованиями в общественно-политической, экономической и куль-

турной жизни края. Рассмотрим их с точки зрения развития просвещения. С установлением российской власти в Азербайджане стали создаваться новые учебные заведения по образцу уже созданных в Тифлисе училищ. В основном структура училищ была оди-

наковой, они состояли из 7 классов, преподавались «науки, назначенные уставом 1828 г., кроме древних языков, замененных татарским (азербайджанским – Л.Г.) и грузинским языками; введено также российское правоведение и судопроизводство» (2, 210). Здесь учились «сыновья местных чиновников и грузинских дворян» (2, 208). Данные по численности учащихся в Азербайджане показывают, что интерес к новым училищам здесь был значительно ниже, чем в Грузии. По всей видимости, привыкшие к обучению в традиционных мектебах и медресе, азербайджанцы проявляли недоверчивое отношение к новым учебным заведениям с христианским уклоном. Чтобы развеять их недоверие и привлечь к образованию большее число учащихся, для мусульманского населения Закавказья в 1847 и 1848 годах были основаны «два мусульманских училища при мечетях Алиева и Омарова учения» (2, 330). В этих училищах с трехгодичным курсом преподавались местные и русский языки, сокращенная география и история, арифметика. Этот первый опыт устройства особых низших мусульманских училищ, поставленный под контроль правительства, был удачен: население, по религиозным побуждениям, не отдававшее своих детей в новые училища, отнеслось к ним одобрительно. К тому времени известный азербайджанский просветитель Абас Кули Ага Бакиханов, служивший при Паскевиче, подготовил учебное пособие по «Грамматике персидского языка». Однако прошло еще полвека после открытия уездных училищ в Азербайджане, прежде чем увидел свет первый учебник по азербайджанскому языку. Учебник для первоначального обучения письму и чтению на национальном языке был составлен в 1882 г. Л.О. Черняевским, инспектором татарского отделения Закавказской учительской Семинарии в Гори. Учебник этот назывался «Вятян дили» (Родной язык) и имел большое распространение в национальных школах. К учебнику было подготовлено и руководство для учителей. Вторая часть нового пособия по грамматике азербайджанского языка была составлена тем же автором, но уже при сотрудничестве учителя азербайджанского языка при отделении начального училища Сафар-Али-бека Велибекова. По мнению Ф. Кочарлинского, «эти учебники создали целую реформу в татарских мектебах (азербайджанских школах – Л.Г.), где до них преподавание велось по старинному буквослагательному способу по персидским букварям (чарака)» (4, 7-17). Известно, что из-за отсутствия надлежащего числа гласных букв в арабской азбуке, азербайджанское правописание страдало отсутствием установленных правил орфографии. Чтобы сколько-нибудь упорядочить это дело и установить возможное единство в правописании азербайджанского языка Н. Нариманов издал в 1899 г. в Баку свой учебник «Краткая татарско-азербайджанская грамматика», составленный им по образцу русской грамматики Л. Поливанова. Другой учебник по грамматике был составлен тогда еще молодым А.Ю. Талыбзаде (Абдуллою Шаигом).

Среди первых учащихся, в основанных в 30-х годах в азербайджанских уездах новых училищах, был выдающийся общественный деятель и про-

светитель Мирза Фатали Ахундов. После окончания училища Мирза Фатали отправился в Тифлис, где приобщился к русской и западноевропейской культуре, изучил творения классиков русской литературы, сблизился со ссыльными декабристами А. Бестужевым-Марлинским, Я.П. Полонским, Л. Заблоцким и другими, оказавшими значительное влияние на формирование молодого Ахундова как писателя и мыслителя (1, 5). В молодости он написал много стихотворений на персидском и азербайджанском языках. Самое значительное и прочувственное из них по праву считается стихотворение, посвященное памяти великого русского поэта А.С. Пушкина, который Бестужевым-Марлинским был переведен на русский язык. В своей монографии, посвященной творчеству азербайджанских писателей и поэтов, Ф. Кочарлинский отмечает, что «Ахундов являлся лучшим проводником гуманных идей среди закавказских мусульман. Он познакомил своих друзей – Закира, Баба-бека и других азербайджанских поэтов с произведениями русских писателей. Под влиянием русского языка и литературы азербайджанская литература к тому времени процветает благодаря творчеству Сеид-Азима Ширвани, Абдуллабека Аси и других лучших своих представителей идеальной-романтического направления, принимает совершенно другой характер. Традиционная поэзия и стихотворная форма речи начинает уступать произведениям прозаическим – комедии, трагедии, повести и роману; вместо стихотворений пишутся басни и сказки для детей. Представителями нового направления являются, главным образом, «молодые люди, получившие помимо восточного образования и русское образование в правительственных училищах. Одни из них заняты составлением учебников, другие – переводами из русской литературы, третьи пробуют свои силы на повестях и романах, четвертые посвятили себя драматической литературе и т.д. (там же). Царская Россия, способствовавшая развитию светского образования в Азербайджане и росту числа образованных и интеллигентных людей в крае, в то же время опасалась увеличивающегося национального самосознания передовых слоев общества. Попытки создания национальной периодической печати или открытия типографии для издания книг на азербайджанском языке в 40-50-х годах пресекались властями под различными предлогами. В 1841 г. М.Ф. Ахундов и М.Ш. Вазех пытались открыть в Тифлисе типографию, но из-за отказа царских властей в помощи это начинание не увенчалось успехом (5). Все усилия создать азербайджанскую национальную типографию и периодическую печать в первой половине XIX-го века не увенчались успехом. Первая национальная газета «Экинчи» (Пахарь) была создана лишь спустя четверть века в 1875 году, ее основателем был Гасан бек Зардаби, получивший образование в Московском Государственном Университете им. М.В. Ломоносова.

Лала Осман гызы Гаджиева

Примечания

1. Ахундов М.Ф. Избранные философские произведения / М.Ф. Ахундов. — Баку, «Азернешр», 1982. — 340 с.
2. Исторический обзор деятельности Министерства Народного просвещения. 1802-1902. Составил С.Б. Рождественский. Издание Министерства Народного Просвещения. — СПб., 1902. — 787 с.

3. Кавказский календарь на 1846 год. Военная типография. — СПб., 1846. — 242 с.
4. Кочарлинский Ф. Литература азербайджанских татар. «Весь Кавказ» / Ф. Кочарлинский. — №1. — Электропечатня Издательского товарищества. — Тифлис, 1903.
5. Сейидзада А.А. Мирзя Фятели иля Мирзя Шяфинин мятбяя ццшн чалышмалары / А.А. Сейидзада. — «Ядыбийят гязети». — 1940. — № 31.

Инвектива в публичном дискурсе (на примере печатных СМИ и Интернет-изданий Челябинской области)

Толерантность и политкорректность признаны бесспорными ценностями и в современном обществе, и в журналистике. Но на практике в СМИ реализуются обратные тенденции: частое использование речевой агрессии, вторжение бранной лексики, распространение инвектив в публицистическом тексте. Исходя из различных представлений об инвективе, можно дать следующее определение инвективы, наиболее полно выражающее её суть: «Инвектива (лат. *invectiva* — «бранная речь») — резкое, оскорбительное и публичное выступление против кого-либо, чего-либо, оскорбительная речь, выпад, направленный на понижение социального статуса адресата и оформленный языковыми конструкциями с открытой негативной оценкой».

В современном публичном дискурсе (традиционной печати и Интернет-СМИ) широко применяются прямые и косвенные формы инвективы, чаще всего направленные на формирование общественного мнения о том или ином событии или человеке (чаще всего политике), выражения субъективного мнения автора публикации, что, с одной стороны, нарушает принцип объективной подачи информации, с другой же, чётко устанавливает степень ответственности журналиста за сказанное/написанное. Именно такие случаи являются основанием судебных разбирательств и споров, разрешение которых становится предметом исследований специалистов-лингвистов, оценивающих характер речевых высказываний, степень их инвективности.

Наиболее типичными для спорных публичных текстов Челябинска и области следует признать выпуски газеты «Правда города Златоуста», публикации в которой сопряжены с проявлением экстремизма и направлены на дискредитацию власти города и области. Так, авторами (считающими себя журналистами) широко использованы пропагандистские приёмы воздействия на аудиторию путём формирования негативного облика оппонента (представителя власти, от президента до местных чиновников) посредством использования как прямых, так и косвенных форм инвектив, цель которых — опорочить оппонента, выставив его в неприглядном виде.

Информационное агентство «UralDaily.ru» (статус определён основателем и главным редактором — журналистом А. Корецким) позиционирует себя как

независимое СМИ, призванное объективно информировать аудиторию о событиях в Челябинске и области (использованы модерированные редактором свободные высказывания в чате, даются отдельные комментарии событий). В реальности же, произошло формирование стилизованного под оппозиционную прессу местного Интернет-таблоида, передающего однонаправленную информацию (прежде всего против администрации области и города, отдельных чиновников, общественных деятелей) и являющегося, с одной стороны, альтернативным СМИ г. Челябинска (характер публикаций, поднимаемые темы, способы подачи неофициального мнения), с другой стороны, форма выражения позиции авторов во многом сопряжена с нарушением норм этики (высказывания непристойного содержания) и права (многие тексты изобилуют «вердиктами»-приговорами, высказываниями на грани клеветы). Деятельность этих СМИ в настоящее время не запрещена законом, в отношении главных редакторов возбуждены уголовные дела, связанные с публикациями в данных изданиях (оценка деятельности их — прерогатива суда).

Наряду с этим, с лингвистической позиции, следует выявить степень оскорбительности отдельных высказываний авторов и определить наиболее распространённые формы использования инвектив в представленных текстах.

1. Это, во-первых, оскорбительная бранная лексика, направленная по отношению к адресату («Временщики, импотенты, дегенераты!» (Правда города Златоуста. — 2010. — № 2); «Вы — вор и коррупционер, один из самых главных на Южном Урале. А теперь получается, что ещё и предатель, иуда», «Иуда Вы, Семён Аркадьевич. Но не переживайте сильно: среди евреев это обычное дело. Не вы первый — не вы последний» (ИА«UralDaily.ru». — 2010. — 2 ноября) и имеющая целью (без опоры на доказательства) понижение его статуса в глазах окружающих.

2. Косвенные оскорбления («вражеские оборотни в белых халатах»; «У мрази, что пришла к власти в 91-м под трехцветной власовской тряпкой, все прогорело. Эти уроды никакой «новой России» построить не могут» (Правда города Златоуста. — 2010. — № 2); «Наживаться на нашей православной вере и на нашей русской культуре евреям не позволено» (ИА«UralDaily.ru». — 2010. — 2 ноября) истинный смысл которых

формируется из негативных коннотаций (в том числе, стереотипных) используемых в высказывании лексем и направлен в отношении субъекта(ов), прямо не упоминаемых, но восстанавливаемых из общего контекста публикации.

3. Метафорические конструкции («И не надо врать нам, прикрывая своё хищное капиталистическое рыло»; «Есть только несколько грызущих между собой кланов. Людей, оставшихся от прежнего мэра-мародёра, вновь призванные мародёры из Челябинска и клан «миасских экономистов» (Правда города Златоуста. — 2010. — №2), реализующие негативный образ (образы животного мира) по отношению к оппоненту, формирование у аудитории соответствующего мнения о нём.

4. Использование нейтральных лексем в несвойственном им или противопоставленном традиционному значениях («Народная дружина — будущая опора и боевое охранение русской государственности, выставяемое в условиях, когда все остальные державные скрепы разрушены, подорваны, разъедены корыстью, коррупцией и продажностью» (Правда города Златоуста. — 2010. — № 2); «Наша элита не так плоха, она действительно сочувствует и помогает бедным — бедным проституткам, бедным преступникам,

бедным наркоманам... Но никак не бедным слесарям и бедным учёным» (Правда города Златоуста. — 2010. — № 1.); «Шолом, Семён Аркадьевич. Вас вместе с Вашим семейством ждёт земля обетованная. Воруйте там!» (ИА«UralDaily.ru». — 2010. — 2 ноября) с целью формирования у аудитории определённого отношения к объекту информации.

5. Непосредственные призывы к радикальным (экстремистским) действиям («Вступай в Добровольную Дружину», «Накопи — купи — спрячь» с плакатом-изображением автомата Калашникова (Правда города Златоуста. — 2010. — № 2).

Таким образом, чёткое представление личного мнения, выражения критики и инвективы, экстремистских призывов является основой разграничения журналистской деятельности от экстремизма, проявления нетерпимости к оппонентам. Формирования же публичного дискурса толерантности, построенного на принципах уважения к чужому мнению, позволит установить истинные правила ведения общественной дискуссии в условиях современной российской демократии.

О. Демидов

Рейтинг общественного телевидения: реальность и парадоксы

Со дня возникновения телевизионные компании существовали в двух видах: частные (коммерческие) и государственные. Частные ТВ имелись в США и ряде других капиталистических стран, государственные — в социалистических и развивающихся странах, также в нескольких государствах Западной Европы. С 70-х годов XX в. государственные компании в капиталистических странах стали трансформироваться в общественные. После распада СССР то же самое стало происходить в социалистических странах и бывших союзных республиках. На сегодняшний день практически ни одна демократическая страна не имеет государственного телевидения.

В Азербайджанской Республике изучением количественного состава телеаудитории занимаются две компании: AGB Nielsen Media Research и маркетинговая организация SİAR. Этот процесс начался в стране в 1998 году и велся на основе «дневниковой панели», представленной компанией SİAR. Учитывая развитие рекламного рынка и важность более точного измерения рейтинга, в 2004 г. было решено перейти на «пиплметровую панель» и, начиная с октября 2006 г., в рамках «Проекта измерения медиарейтингов» был дан старт изучению рейтинга телеканалов посредством пиплметров.

В реализации проекта, основанного на пиплметровой системе, компания SİAR сотрудничает с компаниями Markdata и CESP (Centre d'étude des supports de publicité), находящиеся в лидерах обеспечения медиарынка необходимыми программами.

Надо учесть, что CESP специализирован в области методологии изучения телеаудитории по рекомендации European Broadcasting Union (EBU). Этот Центр финансируется 300 представителями медиа и медиа пользователей Франции. Он с целью рецензирования исследований в области медиа и регулирования рекламного рынка проводит аудит основных медиа-исследований, имеющих постоянную аудиторию. Его международную деятельность составляет аудит систем измерения объема различных аудиторий во Франции, Италии, Испании, Польше, Румынии и ряде других стран.

Компания SİAR приступила к своей работе в Азербайджане проведением опроса среди 3600 респондентов в восьми регионах страны на основе методологии, примененной CESP. Исследование осуществлялось в направлении создания репрезентативной панели с целью изучения структуры населения, выявления навыков просмотра телепрограмм и для реализации проекта. Опираясь на результаты первых исследований, специалисты CESP смонтировали панельную матрицу и в соответствии с этим в городах Баку, Сумгайыт, Гяндже, Губа, Лянкеран, Кюрдамир, Барда, Исмайлылы, Шеки и Нахчыван установили 400 пиплметров. 177 из них установлены в Баку. Производственная и аналитическая программы обеспечения, используемые SİAR, принадлежат компании Markdata. Производственная программа обеспечения, позволяющая зафиксировать график миграции, т.е. переключения телевизора с одного канала на другой, до этого была

применена в более чем 40 странах. Аналитическая же программа обеспечения дает возможность составить рейтинг конкретного телеканала за несколько дней, определить уровень зрелищности передач, составить сравнительную таблицу и диаграмму рекламных компаний.

Вторая организация, занимающаяся определением рейтинга азербайджанских телеканалов — AGB Nielsen Media Research — считается крупнейшей ком-

панией мира по измерению телерейтинга. Она представляет информацию о телезрителях 70 % ТВ-сектора планеты.

В области изучения телеаудитории в Азербайджане имеются почти те же проблемы, что и в других странах мира.

В. Зейналова (Вахидгизы)

К вопросу о функционировании идеологем в современных российских медиатекстах

Изучение идеологии, а также идеологем является сегодня достаточно популярным направлением лингвистики и других гуманитарных наук (Гусейнов Г.Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х. — М., 2003; Купина Н.А. Тоталитарные мифологемы в речевом пространстве уральского города // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности. — Екатеринбург, 2006. — С. 516-534; Пионтек Б. Идеологема как речевая лексическая единица общественно-политического дискурса и как концепт общественного сознания современной языковой личности в России и Польше // Вестн. Моск. ун-та. Серия 19. — 2010. — № 1. — С. 85-95; Van Dijk T.A. Discourse analysis as ideology analysis // Language and Peace. — Aldershot, 1995. — P. 17-33).

Традиционным материалом для таких исследований служит дискурс масс-медиа. Мы рассмотрим, как функционируют некоторые официальные идеологемы в современных российских медиатекстах (последние понимаются как тексты средств массовой коммуникации — прессы, радио, телевидения и Интернета). Но для начала сделаем несколько предварительных замечаний.

Во-первых, под идеологемой мы, вслед за Н.А. Купиной, понимаем «вербально выраженную политическую или политизированную идею» (Купина Н.А. Тоталитарные мифологемы в речевом пространстве уральского города // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности. — Екатеринбург, 2006. — С. 518). Во-вторых, мы исходим из того, что существуют официальные идеологемы как компоненты официальной (государственной) идеологии, а также неофициальные, т.е. такие, которые формируются и функционируют без поддержки государства.

В качестве примера для анализа возьмем идеологемы «модернизация», «инновация» и «нано» (как часть сложных слов), специфика функционирования которых зависит от контекста. Можно выделить три типа контекстов — официальный, коммерческий и критический.

Официальный контекст предполагает использование официальной идеологемы в ее первоначальном значении — в качестве единицы, формирующей и поддерживающей государственную идеологию. Лучший пример здесь, пожалуй, — выступления чиновников и политиков:

Д. Медведев: В середине ноября прошлого года Правительству было дано поручение посмотреть на критерии оценки результатов внешнеэкономической деятельности и внешней политики России для решения задач модернизации экономики...

Э. Набиуллина: Для всех очевидно, что реализация поставленных задач по модернизации инноваций невозможна в замкнутом регионе, в замкнутой стране (здесь и далее выделено нами. — Е.К.) (<http://президент.рф/выступления/8110>).

Официальная идеология формируется и посредством материалов СМИ, особенно государственных и официальных:

По его (В. Путина. — Е.К.) мнению, естественные монополии и госкомпании будут способствовать формированию в стране рынка нанотехнологий, поставив университеты и научным организациям заказы на разработку инновационных решений, в первую очередь в области топливно-энергетического комплекса (Российская газета. — 2010. — 10 августа).

В текстах советских СМИ периода тоталитаризма идеологемы существовали исключительно в таком контексте. Медиадискурс того периода исключал возможность использования компонентов официальной идеологии в других целях. Так называемое «языковое сопротивление», разрушающее содержание официальных идеологем и противостоящее государственной идеологии, было вытеснено из публичной сферы и существовало в таких специфических формах (лагерная поэзия и анекдоты), которые никогда не тиражировались газетами того периода (см.: Купина Н.А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. — Екатеринбург-Пермь, 1995; Языковое сопротивление в контексте тоталитарной культуры. — Екатеринбург, 1999). Однако либеральные преобразования в политической и экономической сферах и развитие средств коммуникации привели к тому, что официальные идеологемы в медиадискурсе начали функционировать в иных контекстах.

Один из них — коммерческий, предполагающий использование официальных идеологем в коммерческих целях, т.е. для получения прибыли. Речь идет о рекламных материалах и текстах, реализующих PR-задачи:

NANO PHARM — это инновационная линия средств по уходу за волосами, содержащая наночасти-

цы Железа, Цинка и Меди. Благодаря высоким нанотехнологиям впервые удалось соединить самые важные элементы для здоровья и красоты волос — (<http://www.nano-pharm.ru/>).

Предлагаемые материалы являются на сегодняшний момент инновационными продуктами, наиболее технологичными для выполнения различного рода работ в рамках их назначения — (<http://bnh-stroy.fis.ru/>).

Как видно из приведенных примеров, коммерческие структуры используют государственную идеологию в своих целях. Они устанавливают связь между своими продуктами и популярными идеологемами, что должно обеспечить спрос на данные продукты.

Критическим мы назвали такой контекст, в котором идеологема теряет свое «сакральное» значение и используется свободно, в т.ч. подвергается критике, обыгрывается, в результате чего происходит девальвация идеологического содержания и даже изменение оценки на противоположную:

В феврале 2010 года президент Дмитрий Медведев

посетил город Томск и объявил его «центром инноваций». Возможно, он имел в виду изобретенную властями Томска инновационную технологию по выселению местных жителей из их домов (Esquire. — 2010. — № 57).

Буду краток. Модернизация необходима, как воздух. И она, как и воздух, — повсюду. Судите сами. Вот, например, губернатор Хабаровского края Вячеслав Шпорт. Я, говорит губернатор, сплю, а вокруг моей койки два телефона стоят и еще один — под подушкой (Независимая газета. — 2011. — 4 февраля).

В заключение отметим, что в одном тексте одна и та же идеологема может быть использована в разных контекстах, например, в официальном или критическом. Особенно это свойственно журналистским материалам, в которых представлены различные — часто противоположные идеологические позиции.

Е. Каблуков

Библиотеки: точки приоткрытого доступа

В одной из программ «Тем временем» с Александром Архангельским обсуждалась не простая даже на первый взгляд проблема столкновения на территории библиотек интересов авторов интеллектуальной собственности и её потребителей — читателей, зрителей, слушателей. Свои мнения высказали Андрей Сахаров, член-корреспондент и советник РАН; Михаил Федотов, советник Президента России, глава Совета по правам человека; Андрей Макаревич, музыкант и художник; Нелли Белова, директор Вологодской областной универсальной научной библиотеки; Владимир Харитонов, журналист, директор Ассоциации интернет-издателей; Александр Вислый, генеральный директор Российской государственной библиотеки. В условиях ограниченного времени телепередачи экспертам удалось сформулировать единственную расплывчатую формулу, оспаривать которую вряд ли кто возьмётся: для разрешения проблемы необходим поиск баланса интересов всех сторон.

За расшифровкой нюансов мы обратились к Нелли Беловой, единственной участнице передачи, представлявшей интересы «провинции».

— Каким образом современным библиотекам не оказаться в роли нарушителей законов, провозглашающих взаимоисключающие требования по сохранению прав наших граждан?

— Я бы назвала эти права взаимодополняющими — это право на защиту интеллектуальной собственности и право на доступ к информационным и культурным ценностям. Эти права гарантированы нам Конституцией России. Причём часто случается, что один и тот же человек становится в разное время как производителем этих ценностей, так и потребителем их. Потому и поиск логики разрешения проблемы надо вести, исходя из здравого смысла, который определяет поведение такого человека. Любые знания, информация, произведения литературы обретают настоящую всеобъемлю-

щую, а не только материальную ценность лишь в том случае, если они доступны и служат людям. О каких преобразованиях общества, о каких инновациях мы можем говорить, если знания, открытия в научной и культурной сферах будут иметь ограниченный доступ?

— До сих пор библиотеки были самым доступным и бесплатным не только хранилищем таких знаний, но и пунктом безвозмездной раздачи этого бесценного дара всем желающим, разве что-то изменилось?

— В «малой» части. Все книги, журналы, газеты — всё, что имеется у нас на бумажных носителях, по-прежнему можно читать в библиотеке, брать на время домой. И всё это по-прежнему бесплатно. Что касается цифровых носителей — здесь сплошные неясности. Мы говорим о возрастающей образовательной и обучающей роли цифровых технологий, Интернета, но чем наполнять эти новые коммуникационные каналы и хранилища? Не пиратской же продукцией! Пользователь Интернета, наш читатель, сегодня может продлить срок пользования книгой, взятой у нас на время, не приходя в библиотеку — разве это все достижения современных технологий? Не превращать же мировую паутину только в пространство бесконечного поиска виртуальных «друзей» — свято место пусто не бывает. Покупая обычную книгу, библиотека приобретает право давать её во временное пользование читателям до полного физического износа, что называется. Но оцифровать ту же книгу, продляя срок её жизни до теоретического бессмертия, мы не имеем права без заключения дополнительного договора с автором. Если библиотекам это вменить в обязанность, то в цифровом виде мы не получим ни одной новинки. Представляете, какая это для библиотек неподъёмная по времени и не свойственная по характеру работа?

— Вы хотите сказать, что нынешнее авторское право не готово к существованию в киберпространстве?

– Наше авторское право, не надо забывать, это всего лишь продукт, созданный людьми, а не самостоятельная субстанция, обладающая интеллектом и наделённая возможностью выбора, где она хочет существовать, а где – не очень. Новые средства коммуникации требуют нового взгляда на авторское право. Точнее, время требует выработки новых механизмов соблюдения авторского права тысяч людей без нарушения права миллионов – большинства – на доступ к знаниям и информации. Среди авторов, правообладателей интеллектуальной собственности, тоже нет единого взгляда на проблему. Часть из них готовы отдать свои труды на благо человечества совершенно бесплатно и делают это уже, выкладывая свои произведения в Интернет, откуда любой желающий может их скачать свободно. А материальную компенсацию за труд получают из других источников. Есть множество различных грантов, к примеру. Другие готовы передать право на воспроизведение их произведений в цифровом виде за разумные гонорары книжных издателей. Третьи и слушать не хотят об оцифровке их произведений, приводя в пример перекочевавшую в большей степени в «пиратское пространство» индустрию издания музыкальных произведений популярных жанров. Попытка внести изменения в IV часть Гражданского Кодекса РФ, дающие право библиотекам делать цифровые копии имеющихся книг только для работы с ними в читальном зале, натолкнулась на протест группы писателей. Некоторые из них, не разобравшись, в чём дело, приравнивали это стремление библиотек к пиратству.

– **Книжное издательство, заключая договор с автором на право издавать и переиздавать классическую, бумажную книгу, могло бы беспокоиться приобретением права на издание «цифровой» книги?**

– Теоретически – да. Но книгоиздатели в первую очередь, скорее всего, думают о том, не станет ли цифровой вариант произведения причиной снижения предполагаемой прибыли от реализации

классической книги. Средние тиражи интересующих библиотеки изданий сегодня редко превышают три-четыре тысячи экземпляров. А в России действуют 45000 общедоступных библиотек. Сколько библиотек, с учётом книжной продажи индивидуальным покупателям, смогут получить новинку в бумажном исполнении? Каждая двадцатая, или каждая пятидесятая? В реальности – и того меньше...

– **Перед нами непреодолимый вызов современности, порождённый новыми технологиями?**

– Он преодолим, этот вызов, если ставить во главу угла духовные и интеллектуальные потребности человечества, а не материальную выгоду единиц и приоритет новых технологий над здравым смыслом. В России создаётся «Национальный библиотечный ресурс» – организация, которая и будет осуществлять сбалансированную реализацию прав авторов и читателей исключительно в правовом поле.

– **Учитывая то, как человечество разрешает свои проблемы, часто – бросаясь из крайности в крайность, не видите ли Вы, Нелли Николаевна, опасности полного вытеснения классической бумажной книги её «цифровым синонимом», пусть через какое-то время? Вот произойдёт осмысление новых вариантов получения настоящей прибыли у издателей, а современные носители, вне всяких сомнений, места меньше занимают и весят в килограммах меньше – доставить в любую точку планеты их куда проще. Да и тысячи кубометров леса не надо на макулатуру переводить – защитники природы поддержат...**

– Думаю, со временем количество бумажных изданий будет сокращаться. Право выходить в свет на бумаге, по-моему, будут иметь только уникальные книги – настоящие произведения книгоиздательского искусства. И это будет справедливо...

Только зачем загадывать так далеко при огромном количестве повседневных проблем, без разрешения которых и шагу вперёд не сделать?

А. КОЛОСОВ

Свобода информации для представителей разных национальностей в контексте международных обязательств (по материалам русскоязычной прессы Азербайджана)

Построение демократического общества предполагает полноценное осуществление права каждого человека, а в более широком плане права любой национальной группы на свободу мысли и самовыражения. Это фундаментальное право нашло свое отражение в документах ООН, Совета Европы, ОБСЕ и других международных организаций. Так, в Итоговом документе Венской (1986) встречи представителей государств-участников Совещания по Безопасности и Сотрудничеству в Европе подчеркивалась необходимость «обеспечивать на практике, чтобы лица,

принадлежащие... к региональным культурам на их территории, могли распространять информацию на своем родном языке, иметь к ней доступ и обмениваться ею» (Цит. по: Поляков Ю. Европейский процесс и средства информации // Законодательство и практика масс-медиа. – 2002. – № 1. – С. 6).

Став полноправным членом мирового сообщества, Азербайджан приступил к совершенствованию своей законодательной базы и подведению ее под международные требования. Еще в 1992 г. Президент Азербайджана издал специальное распоряжение о финансировании из

государственного бюджета периодических изданий, выходящих на других национальных языках. Это был единственный в своем роде прогрессивный государственный акт на всем постсоветском пространстве. В стране были приняты также основополагающие законы, позволяющие обеспечивать свободу слова и самовыражения.

В нормативно-правовых документах, регулирующих деятельность средств массовой информации, особо важным является возможность издавать или вещать программы на языках, не являющихся государственными или официальными. Следует отметить, что законодательство об использовании средствами массовой информации языков, как правило, дифференцируется в зависимости от того, идет ли речь о печатных или электронных СМИ, в реальности устанавливая максимально свободный режим для первых и более строгий – для вторых.

Существует практика признания русского языка, наряду со всеми остальными негосударственными, средством общения национальных меньшинств. При такой модели русский язык представлен в определенной пропорции в теле- радиопрограммах и свободно используется печатными СМИ. В настоящее время в Азербайджане на русском языке издаются 50 газет и журналов. В стране функционирует 7 информационных агентств. Наиболее значимыми печатными органами являются газеты «Эхо», «Зеркало», «Неделя», «Каспий», «Наш век» и другие.

Вполне благоприятная ситуация, связанная с русскоязычными изданиями в Азербайджане, особо подчеркивалась также в аналитической справке МИД Российской Федерации от 22 июня 2010 года, направленной в Государственную Думу. В этом документе, который был озаглавлен «О положении и роли русскоязычных СМИ в странах СНГ», нашли свое отражение политические медиа-реалии на всем постсоветском пространстве. В той части аналитической справки, которая касается Азербайджана, недвусмысленно говорится: «Сотрудничество с Азербайджаном осуществляется достаточно стабильно. Русскоязычная пресса, реально занимая 12 % нишу в общем количестве СМИ в этой стране, сохранила свое влияние и популярность, продолжает играть существенную роль в формировании общественного мнения» («Эхо». – 2010. – 17 августа).

В последние годы русскоязычной прессе Азербайджана удалось не только закрепиться на медийном рынке, но и продвигнуться по целому ряду позиций.

В 2003 г. «Интерфакс» открыл в Баку свое дочернее информагентство «Интерфакс-Азербайджан». Совместно с еженедельной газетой «Обозреватель»

свое приложение начал выпускать РИА «Новости». 1 января 2006 г. был запущен русскоязычный информационно-аналитический журнал «Регион-плюс». Свои корпункты в Азербайджане имеет ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», ВГТРК.

В октябре 2006 г. было открыто бюро русскоязычного агентства «Новости – Азербайджан». С 12 марта 2009 г. в Баку официально начал функционировать Российский информационно-культурный центр (РИКЦ). 10 июня 2009 г. в качестве приложения к официальной азербайджанской газете «Бакинский рабочий» начал выходить русскоязычный дайджест российской прессы «Российские вести». По требованию московского еженедельника «Российские вести» в июле 2010 г. название приложений было изменено на «Вести из России».

Следует отметить, что некоторые газеты, издающиеся на русском языке, носят ярко выраженный антиправительственный характер. К таким печатным органам относится газета «Реальный Азербайджан». Вот уже более года издание этого печатного органа приостановлено из-за ареста его главного редактора Э. Фатуллаева. Его незаконно обвинили по стандартной подложной схеме. В настоящее время местные правозащитные организации, а также многие международные журналистские объединения направили свои усилия на освобождение Э. Фатуллаева. Немедленного представления свободы главному редактору потребовал Европейский Суд по правам человека. Однако власти страны затягивают решение этого вопроса.

На протяжении последних лет большой популярностью среди читателей пользовался нашумевший русскоязычный журнал «Монитор». Это издание было переполнено сенсационными, разоблачительными материалами о коррупции среди чиновничества и в высших эшелонах власти. Его главный редактор Э. Гусейнов был убит заказными убийцами. Несмотря на продолжающиеся следственные мероприятия, убийцы так и не найдены, а преступление по этому делу до сих пор еще не раскрыто.

Газеты «Зеркало» и «Эхо» издаются с первых дней независимости Азербайджана. Эти печатные органы причисляются к независимым качественным изданиям и имеют большую популярность среди читателей. Газеты сохраняют свое лицо и нейтральность в освещении политических событий и не принадлежат к какой-либо политической партии.

Сабир Рза оглы Мамедов

Театральная журналистика: соединение с рекламой и PR (конспект лекции курса «Введение в специальность»)

Профессия журналиста появилась гораздо позже актерской. Но становление прессы в России совпало с периодом создания полноценных стационарных театров. Развитие читающей и театральной

публики шло параллельно. Театральная критика становилась все более профессиональной. Слово известного театрального журналиста воспринималось за кулисами как окончательный приговор не

только актеру, режиссеру, но и будущим кассовым сборам (Амфитеатров А.В. Жизнь человека, неудобного для себя и для других. — Т. 1. — М., 2004. — С. 337). К концу XIX в. закончилась коммерциализация российской прессы, с российскими театрами работали профессиональные рекламные и театральные агенты. В советский период отечественные актеры и журналисты забыли законы рынка, базовой составляющей их деятельности стала идеология. В перестроечные годы ударными темпами и порой спорными методами были реставрированы и медийный, и культурный рынок. К XXI в. СМИ стали не столько выразителями, сколько создателями общественного мнения. Высокий информационный статус придает объекту виртуальный вес (паблицитный капитал) и влияет на его реальное положение в обществе (Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. — К.; М., 1999. — С. 393). Сегодня с театром работают PR-специалисты и продюсеры. Они провоцируют внимание СМИ к отдельным спектаклям, режиссерам и труппам, создают культурные брэнды и активно используют при их продвижении возможности телевидения и сети Интернет. «Картинка», как говорят телевизионщики, позволяет передать атмосферу спектакля, дыхание зрительного зала, энергетику актеров. Человек еще не читал рецензию, но посмотрел сюжет в теленовостях, нашел ссылки в сети, вышел на сайт театра — и заказал билет. Может показаться, что сегодня традиционная театральная журналистика не нужна. Но это не так.

СМИ создают свой символический мир. Театральная журналистика дает свою версию того, что происходит на сцене и за кулисами. Это вид коммуникативного творчества, который объединяет людей по профессиональной деятельности и вкусовым пристрастиям, создает свои условности, имеет свои традиции и ритуалы, свой язык и символику (Обидина Е.Ю. Закулисная журналистка. — Ижевск, 2008. — С. 70). Новостной журналист старается дистанцироваться от события, не высказывать свое мнение. А рецензент обязан дать в тексте свою аргументированную оценку увиденного. Очень важно, чтобы собранные детали и факты (так называемый след памяти) соединялись с подсознанием и душевными импульсами автора текста (Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. — М., 2003. — С. 79). Современный медиатекст похож на постмодернистский именно совмещением голосов («автор умирает», соединяясь с публикой), интертекстуальностью и игровой палитрой (Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. — СПб., 2002. — С. 87). Он все больше сростается с рекламными и PR-текстами. Журналист создает некий виртуальный культурно-публицистический продукт. «Высший пилотаж» театальной журналистики — одновременное продвижение на массовую аудиторию актера/спектакля/театра и автора/текста/издания.

По законам рынка СМИ откликаются на массовый спрос. По законам массовой культуры они целенаправленно навязывают публике «звезд» теа-

тра, кино и шоу-бизнеса. Масса поддается такому воздействию. И театральный журналист тоже, особенно начинающий. Раскрученные имена довлеют над ним, он боится пойти «против» уже сложившихся мнений, стереотипных оценок. Появляется «нюсмейкерская» журналистика, близкая по функциональному наполнению к PR-деятельности (Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. — СПб., 2008. — С. 35). Еще пишущий о театре журналист подвержен влиянию окружающего культурного ландшафта. В Москве и Санкт-Петербурге существует развитая инфраструктура: многочисленные театры, концертные площадки, театральные агентства, насыщенная гастрольная программа, фестивали и конкурсы, специализированная пресса, институт искусствоведов и театральных критиков, сеть профильных творческих вузов. В этих условиях отдельно взятый журналист может быть менее интеллектуален и интересен своим стилем, но само окружение не позволит ему пасть ниже определенной планки профессионализма. В глубинке ничего такого нет. Интриги, творческий застой, нестабильность, своеволие местных властей, диктат заказных текстов — все это так же негативно сказывается на региональном авторе, как и на провинциальном актере. Но скупой ландшафт не должен служить оправданием невнимания региональных СМИ к культуре. В театре отсутствие чего-либо всегда можно компенсировать энергетикой, куражом, драйвом. Чем грустнее реалии провинциальной театральной жизни, тем большей силой должны обладать медиатексты о ней! Постоянные и качественные материалы о театре компенсируют меньший масштаб культурных событий и одновременно возделывают социокультурный ландшафт конкретного региона.

Создать, вырастить хорошего театрального журналиста так же трудно, как и хорошего актера. Безусловно, в основе лежат знания и опыт, способности и навыки, характер и интеллект конкретного человека. Кроме знаний по истории и теории театра, началам актерского мастерства и режиссуры, основам психологии творчества, художественной критики и искусствоведения ему необходимо освоить рекламу и PR, маркетинг культурного продукта и менеджмент в сфере культуры, этику общения с творческой личностью. Даже получив добротную вузовскую подготовку по гуманитарным дисциплинам, начинающий театральный журналист вынужден «методом проб и ошибок» выстраивать свои отношения с миром кулис, по ходу дела знакомиться с актерской средой и осваивать театральные традиции. Но если журналист — яркая творческая личность, компетентный высококультурный человек и заядлый театрал — каждая его статья, каждое выступление в эфире будут вызывать искреннее уважение в театральной среде и гарантируют подлинный успех его медиатекстов.

Е. ОБИДИНА

Блог как мультимедийный тип текста

Особенности формы подачи материала в сетевых дневниках, стиль изложения существенно отличаются от традиционных представлений. По мере широкого распространения цифровой фототехники, основные особенности « сетевого текста » блога определяются спецификой сети как медийной среды. В результате слияния текстового сообщения, звуковых записей (например, речь по телефону), иллюстративной информации и ведения видеоблогов (в частности, сейчас российский Интернет в этих целях может пользоваться сервисом Rambler Vision), передаваемых одновременно в интерактивном режиме, блог-жанр приобретает исключительно важную характеристику – мультимедийность. В связи с этим авторы веблогов (блоггеры), используя образные элементы, могут предоставлять эксклюзивный материал, который другие источники информации дать не смогут. Свободно выражать свои взгляды и мнения по поводу тех или иных политических и культурных событий, подкрепляя или опровергая их отзывами читателей, а также комментировать публикации в Интернете, давая на них гиперссылки.

Такой вид нехитрого программного механизма представления информации в сети с возможностью обсуждения каждой из них оказался крайне эффективным. Сначала инициатива в опубликовании подобного рода материалов появилась у самих блоггер-журналистов, но вскоре сам читатель стал проявлять повышенный интерес и спрос на подобные публикации. Причиной этому служит гипертекстовый характер среды, позволяющий предоставить максимальный объем информации и ее детальное изложение в одном информационном продукте различных типов информации (в частности, текста, изображений, звука, видеофрагментов). Несмотря на то, что при этом исчезает структурная выверенность текста и нарушается логика аргументации, сейчас существует много пустых «аккаунтов» в блоггерских сервисах.

Блог-сервисы позволяют получателю не только выбирать нужную ему информацию, но и самому определять повестку дня.

Звук, видеосюжет, анимации помогают наглядно фиксировать актуальность события, воздействовать эмоционально и усиливать влияние сообщения. И последнее, видеоизменение жанров печати. Возможность создавать креолизованные тексты. Дело в том, что в электронной среде публикация становится многомерной, многоканальной, паралингвистически активной, гипертекстуальной – благодаря нелинейному прочтению текста.

Гипертекстовая навигация приводит к полижанровости гипертекста, креолизованности, а вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата.

Лишь в сетевых блогах в той или иной мере взаимопроникают и сосуществуют вместе все три вида жанров – информационные, аналитические и художественно-публицистические.

Правда, отсюда возникает и сильная зависимость жанра от способа прочтения гипертекста, то есть жанр может напрямую быть связан с фактором читателя текста. Опираясь на научную работу Л.Р. Дускаевой (Дускаева Л.Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. – Ч. 1-2. – С. 32), можно выделить следующие факторы, которые влияют на форму подачи информации в блоге:

- *Влияние аудитории на творческий процесс* проявляется в том, что для эффективности воздействия на нее блоггер учитывает ее мнения, оценки, эмоции в их многообразии. Необходимость удовлетворять ее информационные запросы задает круг тем и проблем, освещаемых журналистами. (Поэтому включение аудитории в коммуникативный процесс обязательно, хотя и проявляется оно в журналистском тексте по-разному (Берков В.Ф., Яскевич Я.С., Павлюкевич В.И. Логика. – Минск, 1997. – С. 202).

- *Влияние аудитории на информационный процесс* проявляется в том, что автору приходится применять ряд весьма разнообразных тактик учета особенностей предполагаемого адресата, для того чтобы усвоение предлагаемой журналистом информации (выработка оценки, отношения, запоминание, актуализация) происходило под его воздействием. Олешко В.Ф. доказывает, что наиболее оригинальная форма выражения смысловой позиции, взглядов, чувств, установок осуществляется именно в диалоге коммуникаторов и аудитории (Олешко В.Ф. Моделирование в журналистике. – Екатеринбург, 2000. – С. 57). Даже такая неявная форма диалога, как монолог, внутренне ориентирована на возможные реакции посетителей страницы, их возражения или одобрение.

- *Влияние адресата на формирование замысла журналиста* проявляется в тексте с помощью стремления автора достичь адекватной осведомленности читателя. Сведения об адресате значительно многоаспектнее, поскольку отражают не только точку зрения и представление о смысловом поле читателя, а уровень его осведомленности, т.е. когнитивные, эмоциональные, поведенческие стороны. Знания о предпочтениях, ожиданиях и прочих особенностях добывают через каналы «обратной» связи.

- *Влияние адресованности на представление диалогичности высказывания* (Дускаева Л.Р. Указ. соч. – Ч. 1-2. – С. 55). Если автор стремится к эффективной коммуникации, при оценке он апеллирует к читателю, старается добиться взаимопонимания с ним, для этого стремится вызвать сопереживание, сочувствие у посетителя блога, используя соответствующие средства языка и в целом активизируя эмоциональную оценочность.

- *Влияние ответственности* (Дускаева Л.Р. Указ. соч. – С. 62). Журналист старается предвосхитить возможные вопросы, упреки в неполноте, в неточности сообщения, возможное недопонимание, недоверие по отношению к сообщению, уточняет форму своего текста, а иногда свое выступление дополняет другими текстами. С помощью такой корректировки автор ак-

тивизирует внимание адресата средствами акцентности, внедряя субъективность в изложение, поддерживает интерес к публикации, детализируя сообщение, конкретизируя его ссылками на свидетельства очевидцев или компетентных лиц, создавая яркие картины происшествий, а также убеждает в объективности, достоверности изложения.

Таким образом, все изменения и быстротечные тенденции развития коммуникативного пространства Интернета способствуют как более интенсивному развитию жанроведения в целом, так и возникновению новых, свойственных только этой информационной

среде – мультимедийных типов текста. Создание гипертекстового пространства с применением мультимедийных технологий предоставило возможность получать любой тип медиаконтента через самый современный и самый далекий от традиционных СМИ канал. И журналистские блоги – яркий тому пример. Эти сервисы прошли процесс приспособления и трансформации разных форматов современных масс-медиа друг к другу, взаимовлияния и взаимопроникновения.

Е. Пак

Медиатекст в системе коммуникативно-прагматических отношений

Одной из основных семиотических идей является идея уровневого подхода к знакам и к тому, в какой ситуации и кем они используются, нашедшая отражение в теоретическом описании медиатекста. Согласно семиотическому подходу, медиатекст выходит за рамки традиционного понимания текста как последовательности вербальных знаков, взятых в семантическом единстве. Медиатекст рассматривается как сложное семиотическое образование, построенное на иерархическом сочетании знаков различных типов: символических, иконических, индексальных.

В связи с семиотической концепцией выделяются три уровня организации медиатекста: конструктивный, семантический и прагматический. Если синтактика как раздел семиотики описывает уровень композиционно-структурной организации медиатекста, семантика – отношение описания к описываемой действительности, то прагматика обращается к фигурам автора и читателя и описывает их отношения с текстом (Булыгина Т.В. О границах и содержании прагматики // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 1981. – № 4. – С. 334).

Комплекс проблем, связанных с прагматической организацией текста в целом и медиатекста в частности, привлек значительное внимание исследователей в 80-90-х гг. XX в. (Земская Ю.Н. Теория текста. – М., 2010. – С. 93). В область изучения медиапрагматики входит комплекс вопросов, связанных с говорящим субъектом, адресатом и их взаимодействием в определенной коммуникативной ситуации посредством медиатекста. Как комплексное направление анализа текстов СМИ, медиапрагматика принимает во внимание такие аспекты, как коммуникативные цели автора и читателя, уровень знаний коммуникантов, а также культурный и социально-политический контекст.

Поскольку с точки зрения прагматики журналистский текст является реализацией знаковой системы в определенной социокультурной ситуации, взаимодействие между автором медиатекста и его читателем определяется коммуникативными целями и намерениями обеих сторон.

Во-первых, автор журналистского произведения выступает в качестве содержательного и речевого

центра текста, определяет его жанровые и стилистические особенности и одновременно является реальной личностью, продуцирующей медиатекст (Ким М.Н. Журналистика: методология профессионального творчества. – СПб., 2004. – С. 215). Исследователи подчеркивают, что в структуре любого медиатекста можно обнаружить различного рода чувственные и рациональные образования, возникшие в сознании автора и отраженные им в определенной знаковой системе (Там же. – С. 216). Таким образом, автор медиатекста как субъект речи определяет не только явные и скрытые цели и задачи сообщения (информирование, волеизъявление, инструктирование и т.д.), но также и отношение к сообщаемому, его оценку или отсутствие таковой, установку на сотрудничество с адресатом, прагматические пресуппозиции, т.е. оценку автором общего фонда знаний, конкретной ситуации и взглядов читателя.

Во-вторых, реализация авторского замысла неизбежно оказывается связанной с образом того адресата, к которому обращен текст, и более того, современная коммуникативная ситуация делает адресата медиатекста центром внимания автора текста (Каминская Т.Л. Автор и адресат в современных медиатекстах // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 9. – 2008. – С. 314). Актуализация образа читателя происходит посредством выделения автором совокупности определенных особенностей, которыми, как предполагается, должен обладать читатель того или иного типа печатных СМИ. Читатели в данном случае рассматриваются не просто как представители той или иной социальной группы, идентифицируемой по профессиональному, возрастному, гендерному признаку, а как носители группового сознания.

Совокупный текст СМИ, взятый в сочетании различных знаковых и текстообразующих форм (заголовочного комплекса, фотографий, иконических знаков и т.д.) отвечает коммуникативному намерению автора установить диалогические отношения с читателем. Именно адресат с его типологическими характеристиками становится определяющим фактором для отбора принципов текстообразования.

По обобщениям исследователей, прагматическая специфика журналистского текстотворчества заклю-

чается в стоящей перед автором задаче адресовать материал конкретному читателю, чтобы достичь прагматической адекватности. Так, Е.П. Прохоров отмечает, что достижение высокой прагматической адекватности требует от журналиста «знания тех условий и факторов, которые действуют в сфере отношений «текст-аудитория» <...> и определяют высокую информативность текста» (Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. — М., 1995. — С. 35). По мнению Б.А. Грушина, добиться прагматической адекватности можно при соблюдении трех основных условий информативности: небанальности (оригинальность и новизна сведений), декодируемости (возможность понимания текста аудиторией в соответствии с замыслом журналиста, извлечение смысла, адекватного заложенному в него значению), релевантности (зна-

чимость для аудитории сообщаемых сведений) (Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. — М., 1995. — С. 35).

Обращение к прагматической адекватности медиатекста позволяет конкретизировать требование эффективности совокупного текста газетного или журнального номера и, в целом, коммуникативного процесса между автором и читателем, а также определяет необходимость прагматического императива и единой установки на сотрудничество. Таким образом, эффективность медиатекста напрямую зависит от автора и адресата, их установок и позиций при формировании информационного продукта, которым является медиатекст.

Ю. Панина

Медийная актуализация прецедентных феноменов

Прецедентность впервые получила теоретическое обоснование в работе Ю.Н. Караулова «Русский язык и языковая личность». Под прецедентными исследователь понимал «тексты: 1) значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношении; 2) имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников; 3) такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» (Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. — Изд. 7-е. — М., 2010). Понятие прецедентный текст, таким образом, включает в себя обширный круг феноменов и может актуализироваться через название произведения, цитату из него, имя персонажа или имя автора. В современной же концепции прецедентности (Д.Б. Гудков, В.В. Красных, И.В. Захаренко, Д.В. Багаева) выделяются следующие виды прецедентных феноменов (ПФ): прецедентные тексты, прецедентные ситуации, прецедентные высказывания и прецедентные имена. В интересах данного исследования будет использована именно эта классификация. Также к ПФ будут отнесены фразеологизмы — «словосочетания, воспроизводимые в виде готовой речевой единицы» (Розенталь Д.Э. и др. Словарь лингвистических терминов. — (http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/DicTermin/f.php).

СМИ активно эксплуатируют прецедентность и создаваемый ею особый тип экспрессии, который «не может не быть востребованным в газетном тексте с его равноправной ориентацией на экспрессию и стандарт» (Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. — СПб., 1999). Актуализация ПФ в медиатекстах наблюдается в сильной позиции текста — заголовке — в тот или иной текущий момент (Шмелёва Т.В. Ключевые слова текущего момента // *Colleqium*. — 1993. — № 1). Рассмотрим это в двух аспектах. Во-первых, с точки зрения активизации употребления ПФ по отноше-

нию к определенной актуальной ситуации (событию, происшествию). Во-вторых, в аспекте «превращения» того или иного фиксируемого СМИ события в ПФ.

Рассмотрим первый аспект актуализации прецедентных феноменов на примере отставки мэра Москвы Юрия Лужкова в сентябре 2010 г. (Петрова С.С. Медийная актуализация прецедентных примет политика // Средства массовой информации в современном мире: молодые исследователи: матер. X междунар. конф. студентов и аспирантов. — СПб., 2011). Более 80 публикаций, аккумулированных порталом «Заголовки.ру» с начала сентября до середины ноября, так или иначе посвящены этой теме. В заголовки большей части из них вынесены имя и/или фамилия экс-мэра: «Юрию Лужкову пригрозили из Кремля» (Коммерсантъ. — 2010. — 10 сентября), «Лужков уезжает из страны» (Комсомольская правда. — 2010. — 27 октября). Заголовки же примерно трети материалов содержат те или иные ПФ. Все они могут быть рассмотрены с позиций различных классификаций, которые предлагают современные исследователи.

Так, ПФ данного корпуса текстов принадлежат к различным сферам-источникам (Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метакоцепты: автореф. дисс... д. филол. наук / Г.Г. Слышкин. — Волгоград, 2004):

- литература: «Война и мэр» (Время новостей. — 2010. — 15 сентября);
- политика: «Народ хочет выбирать» (Московский комсомолец. — 2010. — 27 сентября);
- фразеология: «Юрьев день» (Российская газета. — 2010. — 29 сентября), «Ни мэра, ни войны» (Коммерсантъ. — 2010. — 20 сентября).

По характеру прецедентности все исследуемые ПФ могут быть отнесены к национально прецедентным (Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? — М.: Гнозис, 2003), т.е. к широко известным в нашей стране.

Особо отметим, что в заголовки многих материалов, посвященных отставке Лужкова, вынесены атрибуты прецедентного имени, т.е. «элементы, тесно связанные с означаемым прецедентного имени, являющиеся достаточными, но не необходимыми для его сигнификации» (Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : курс лекций / В.В. Красных. М., 2002). Эти атрибуты можно разделить на три группы:

- антономазия «мэр», которая актуализируется в текущий момент как атрибут: «Мэрское решение» (РБК Daily. — 2010. — 17 сентября), «Мэру — мэр» (Московский комсомолец. — 2010. — 22 октября);
- «кепка»: «Кепка-соискатели» (Московский комсомолец. — 2010. — 11 октября), «Кепка и тандем» (Новая газета. — 2010. — 18 сентября), «Мэр без кепки» (Время новостей. — 2010. — 18 октября);
- «пчелы»: «Пчеловод против мёда» (Время новостей. — 2010. — 5 октября).

Проследить процесс превращения того или иного освещаемого СМИ события в своего рода ПФ интересно на материалах, связанных с деятельностью другой политической фигуры — премьер-министра Владимира Путина. Его действия не только фиксируются СМИ, но и эксплуатируются в дальнейшем в заголовках в виде свернутых метафор той или иной ситуации, хорошо известной всем читателям. Например:

- озвученный Путиным еще в 1999 г. метод борьбы с терроризмом: «Не мочить, а ловить и судить»

(Ведомости. — 2010. — 10 июня), «Замучен в сортире» (Коммерсантъ. Власть. — 2010. — 6 сентября);

- так называемый «план Путина» — экономическая и политическая программа развития России: «План Путина подкрепят правдой» (Коммерсантъ. — 2011. — 2 февраля), «План Путина и победа Тимошенко» (Время новостей. — 2009. — 25 марта);
- поездка премьера в августе 2010 г. на автомобиле «Лада Калина»: «Калина желтая» (Российская газета. — 2010. — 30 августа), «Калина без макияжа» (РБК Daily. — 2010. — 13 октября).

Обозначенные выше два аспекта медийной актуализации ПФ — активизация употребления ПФ в текущий момент и эксплуатация того или иного значимого события, цитаты или явления как прецедента — демонстрируют стремление СМИ использовать широкие ресурсы прецедентности. Это, в первую очередь, оценочность ПФ, т.е. выражение субъективного отношения автора (Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. — Екатеринбург, 2007): «Надавали по кепке» (Заголовки.ру. — 2010. — 13 сентября). Во-вторых, это экспрессия, которая достигается благодаря прецедентности: «Пчелиный ад» (Коммерсантъ. — 2010. — 24 сентября). Наконец, это возможность подчеркнуть принадлежность автора и читателя к одной социокультурной группе: заголовок материала об отставке Лужкова «Сам не уйдет» (Ведомости. — 2010. — 28 сентября).

С. Петрова

Проблематика публикаций об органах власти в общественно-политических изданиях Санкт-Петербурга

По данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Атлас муниципальной прессы Российской Федерации. — М., 2006.) в Санкт-Петербурге насчитывается 8 федеральных, 19 региональных и более 100 муниципальных общественно-политических изданий. Именно они заинтересованы в освещении деятельности администрации, комитетов, районных органов власти. Рассматриваемые газеты являются важным источником информации о властных структурах города. Объектом исследования стали публикации газет «Петербургский дневник» (проанализированы 29 выпусков за 2008 г.), «Невское время» (проанализированы 58 выпусков за 2008 г.), «Смена» (проанализирован 51 выпуск за 2008 г.), «Санкт-Петербургские ведомости» (проанализированы 57 выпусков за 2008 г.). Изучались материалы о деятельности органов исполнительной власти и/или чиновников.

Как показали результаты исследования, каждое СМИ отдает предпочтение отдельной сфере. «Петербургский дневник» — политике. Большое внимание социальной сфере уделяют журналисты газеты «Смена». На страницах «Невского времени» примерно рав-

ное количество материалов, освещающих экономику и социальную сферу. В меньшей степени все исследуемые издания освещают события, происходящие в культурной сфере.

Набор тем издание выбирает индивидуально, чем отличается от конкурентов. Однако контент-анализ показал, что зачастую общественно-политические издания публикуют информацию об одинаковых событиях, но это не заимствование и не копирование материала из других источников, хотя даже способ изложения порой бывает очень схожим.

Газета «Петербургский дневник» выбирает темы, связанные с работой губернатора. Наибольшее внимание у журналистов вызывают встречи В. Матвиенко, ее визиты. На втором месте по популярности — информация о соглашениях, которые подписаны в ходе встреч. Третье место в рейтинге разделили материалы, посвященные постановлениям правительства, освещающие кадровые перестановки и распоряжения. При этом такие значимые темы, как жилье, слушания по застройке, проверка строящихся объектов, программа социально-экономического развития — встречались лишь по разу.

«Санкт-Петербургские ведомости», как и «Петербургский дневник», более подробно освещают работу губернатора города. Пишут о заседаниях правительства, выборах. Тем не менее, издание лишь раз затрагивает тему социально-экономического развития региона, вопрос объединения Санкт-Петербурга и Ленинградской области, строительство городского суда, тему оказания гуманитарной помощи.

Небольшое разнообразие тем в политической сфере показал контент-анализ газеты «Невское время». Большое внимание журналистов этого СМИ привлекали кадровые перестановки в органах исполнительной власти. Менее популярны темы о бюджете, инвестициях, конкурсах, форумах. Издание «Невское время» меньше других освещает политическую сферу жизни общества, поэтому такое распределение тем вполне закономерно.

Приоритетными темами в газете «Смена» в период исследования были: строительство, кадровые перестановки, работа губернатора. Этот выбор схож с материалами других исследованных изданий, но стоит отметить внимание к строительству в городе и появлению текстов под рубрикой «Диалог с городом», посвященных анализу выступлений губернатора Валентины Матвиенко и ее обращений к горожанам. Мало

публикаций, затрагивающих митинги, голодовки, строительства дорог.

Контент-анализ показал серьезные расхождения в приоритетах СМИ и их потенциальной аудитории, во взглядах журналистов и аудитории на реальность. Мало публикаций, отвечающих принципу «обратной связи». Очевиден перекос в сторону отдельно взятой темы. С одной стороны, «Петербургский дневник» и другие общественно-политические СМИ города уделяет большое внимание многочисленным встречам и поездкам губернатора Санкт-Петербурга, кадровым перестановкам в исполнительных органах власти, что в принципе мало интересует публику. В то время как мизерными оказываются доли материалов, посвященных уровню жизни населения, вопросам образования, улучшения медицинских услуг и т.д.

Анализ текстов показал, что приоритеты СМИ далеко не всегда совпадают с приоритетами социальной проблематики, обозначаемыми населением. Если гражданам важны проблемы, непосредственно связанные с их уровнем жизни и комфортной средой обитания, власть акцентирует внимание на собственных заслугах, привлечении инвесторов, строительстве и других, значимых для нее темах.

Т. Рябово

Язык современного медиатекста: тенденция метафоризации

Активно развивающейся тенденцией в языке современного медиатекста является метафоризация. Это связано не только с поиском ярких средств выражения, но изменением собственно смысловой стороны текста. Мысль в «оболочке» метафорического образа соотносит опыт адресата с традициями и стереотипами (культурного социума) восприятия информации.

Метафоры рождают устойчивый образ, возникающий в сознании аудитории. С ним связаны определенные ассоциации. Этот образ активно используется в текстах, вызывая каждый раз нужную реакцию. Реципиент, сам того не замечая, чувствует себя участником тех событий, о которых он узнает из СМИ.

Метафора — вездесущий принцип языка. В обычной связной речи, по наблюдениям исследователей, мы не встретим и трех предложений подряд, в которых не было бы метафоры. Однако не все метафоры мы можем сразу обнаружить в тексте. И те из них, которые остались невидимыми, направляют наше мышление точно так же, как и те, которые мы употребляем. Так, по мнению Дж. Лакоффа, «метафоры могут творить для нас реалии и становиться ориентиром для будущего действия» (Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. — М., 2004. — С. 184).

Любое сообщение редко бывает однозначно интерпретируемым, использование для сообщения метафорических образов делает неожиданные для адресата интерпретации более возможными. Но для

подобных экспериментов есть объяснение. Медиатекст переживает время активных трансформаций, поиска в плане содержания и формы. Это связано с тем, что современный читатель естественно отличается от предыдущих поколений. Восприятие текста и механизм его интерпретации изменились: в целом, отмечается переход от абстрактно-логического к наглядно-образному типу мышления.

В связи с этим изменилась и тактика изложения материала в медиатекстах. В 90-е годы предшествующего века заголовочные конструкции, главным образом, отличались наличием метафоры, т. е. метафора как средство выразительности функционировала с целью привлечь внимание читателей к статье. Теперь же она пронизывает все текстовое полотно. Занимаясь актуализацией в языке современных медиатекстов таким средством выразительности, как метафора, её частотностью и употребительностью, мы, например, сделали сплошную выборку метафорических конструкций из статьи «Новые стандарты образования привели в ужас родителей и учителей» (Сарычева М. Комсомольская правда. 2011. 10 февраля). «Метафорический» тон статьи задан заголовком: экспрессия передается метафорой «привели в ужас», которая имеет ярко выраженную негативную окраску.

При рассмотрении только одной статьи из «Комсомольской правды» от 10 февраля 2011 г., в сплошной выборке метафорических конструкций

было отмечено, что на 39 завершённых коммуникативных единиц приходится 13 метафор и метафорических словосочетаний, т. е. 33% предложений в тексте содержат метафоры. Среди них мы обнаружили следующие конструкции: прислушаться к гласу народа; стратегия жизненного поведения; радикальное перекраивание школьной программы; история противостояния учителей, родителей и чиновников; статус необязательных предметов; перестройка учебного плана; попали в самое больное место; возможность получить образовательный «стартовый капитал»; сужение образовательного поля; снижение планки (о количестве обязательных предметов); понижают в правах.

Текстовое полотно настолько пронизано метафорическими конструкциями различных морфологических форм, что, в свою очередь, ещё раз подтверждает мнение о том, что современные медиатексты подвержены глобальной метафоризации.

Не все из найденных метафорических словосочетаний стали застывшими фразеологизмами. Хотя и они отличаются ярко выраженной экспрессивностью и эмоциональностью. Однако в буквальном смысле данные структуры отражают «обеспокоенность читателей грядущими в образовании изменениями». Про-

исходящее в статье облекается в устойчивый негативный образ.

Как видим, использованные автором метафорические конструкции задействуют, в первую очередь, ассоциативное мышление реципиента, что, в свою очередь, позволяет последнему следовать логике рассуждений журналиста-автора, невольно разделяя с ним предлагаемую оценку событий, фактов, принимая эмоциональный тон, как лично переживаемый. На самом же деле далеко не каждому читателю известны, в частности, все нюансы ожидающей нас в ближайшем будущем образовательной реформы. Но данное нововведение мы, читатели, вместе с журналистом воспринимаем исключительно негативно.

На примере проанализированного печатного материала мы нашли очередное подтверждение выдвинутой гипотезы, что язык современных медиатекстов характеризуется активно развивающейся тенденцией к метафоризации. И это лишний раз свидетельствует о том, что современный журналист реагирует на своеобразный заказ современного читателя – необходимость образного изложения материала.

Н. Трофименко

Проблема национального просветительства в азербайджанской публицистике начала XX века

Пропаганда идей национального просветительства в творчестве азербайджанских публицистов, живших в начале XX в., получила широкое распространение. К тому времени сформировалась армия публицистов, представленная сотрудниками журналов «Молла Насреддин» и «Фийузат». Развитие этих двух литературных школ сыграло неоценимую роль в просвещении азербайджанского народа. Среди многочисленных трудов, послуживших делу просвещения и пробуждения народа, можно назвать такие, как: «Мой разговор с одним французом», «Деятельность наших врагов» У. Гаджибекова, «Наши беды и исцеление», «Какие науки нам нужны» О.Ф. Неманзаде, «Наше национальное и культурное наследие» Ю.В. Чеменземинли и др. Основной их целью было пробуждение в народе чувства национального просветительства и просвещение народа. Художественная публицистика самого сложного и противоречивого периода XX века не только выразила свое отношение к глобальным проблемам времени, но и пустила корни в общественную жизнь Азербайджана и заняла непримиримую позицию по отношению к фанатизму и невежеству. В этот период азербайджанские классические публицисты использовали публицистику для просвещения и пробуждения народа, для расширения его мировоззрения.

Просветительство, основы которого были заложены еще в начале XX в. великим азербайджанским философом, ученым М.Ф. Ахундовым, интенсивно развивалось и пропагандировалось классическими

публицистами. Пропаганда национального просветительства стала одним из основных факторов в публицистике. Появились достойные продолжатели литературной школы национального просветительства в азербайджанской публицистике. Упрочилась связь азербайджанской публицистики с жизнью, со временем. Эта публицистика стала массовой и превратилась в пропагандиста идей просветительства. Школы классической публицистики, связанные с именами М.Ф. Ахундова, Г. Зардаби, Дж. Мамедкулизаде, А. Гусейнзаде, свидетельствуют о том, что в самые трудные для азербайджанского народа времена наиболее действенным оказалось слово публициста.

Как известно, несмотря на то, что пропаганда просветительства больше связана с концом XIX в., в начале XX в. этот процесс достиг наивысшего уровня. Уже в этот период пропаганда просветительства способствовала пробуждению национального сознания и народ развернул борьбу за идеи национального самосознания и возвращения к национальным корням.

Естественно, в данном процессе наряду с литературными органами «Молла Насреддин», «Фийузат» огромную роль сыграли и газеты «Хайат» («Жизнь»), «Иршад» («Наставление на путь истины»), «Игбал» («Участь»), «Ачыг сез» («Открытое слово»), «Истиглал» («Независимость»), «Азербайджан», пронизанные национальным духом.

Творчество публицистов, работавших в этих печатных органах, наглядно свидетельствует о том, что публицистика является самым действенным сред-

ством обращения к народу и осуществления национальных идей. Эти авторы во всех своих публицистических трудах выступали с единой позицией: пробудить народ от спячки, открыть ему глаза, раз и навсегда избавить его от многовекового невежества, мракобесия и дать ему возможность жить по-человечески и быть настоящим хозяином своей Родины. К этому ведет лишь один путь — просвещение! Это была идея, постоянно волновавшая умы классических азербайджанских публицистов.

В начале XX в. публицистика смогла уловить пульс времени и силой художественного слова воздействовать на сердце, ум и сознание людей.

«Писательская публицистика, начавшаяся М.Ф. Ахундовым, продолженная Н. Везировым, а в начале XX века — Дж. Мамедкулизаде, У. Гаджибековым, А. Гусейнзаде, А. Ахвердовым и другими, сыграла важную роль в пропаганде и упрочении традиций просветительства»¹.

Основной мишенью публицистики были такие негативные явления, как отсталость в азербайджанском быту, безграмотность, различного рода недо-

статки в семейных отношениях и в воспитании детей, праздность, лень и т.д.

Публицистика описывала все эти недостатки в сравнении с образом жизни народов, имеющих передовую культуру, стремясь устранить их. Азербайджанских публицистов глубоко волновало просвещение не только азербайджанского народа, но и мусульманского мира в целом. Таким образом, «они пробуждали народ от спячки и призывали его к самосознанию»².

Таким образом, усиленная пропаганда и развитие традиций национального просветительства в азербайджанской публицистике начала XX в. способствовали пробуждению национального сознания и усилению национально-освободительного движения.

Фарзалиева Ульвина Фазиль гызы

Примечания

1. Антология азербайджанской публицистики. — Баку, Шарг-Гарб, 2007 (на азербайджанском языке).

2. Мамедкулизаде Дж. Произведения / Дж. Мамедкулизаде. — Т. 4. — Баку, 1976 (на азербайджанском языке).

Современная российская пресса с точки зрения системы правил русской пунктуации

Пунктуация — это система знаков препинания и правил их употребления, необходимый компонент письменной и печатной речи. Пунктуация передаёт членение текста, его целенаправленность, интонационные характеристики. Исследователи отмечают, что текст без знаков препинания воспринимается в 3-5 раз медленнее, чем пунктуационно оформленный (Касаткин Л.Л. Краткий справочник по современному русскому языку / Л.Л. Касаткин, Е.В. Клобуков, П.А. Лекант; под ред. П.А. Леканта. — М.: Высш. шк., 1991. — 383 с). Употребление знаков препинания определяется нормой, одинаковой для отправителя и получателя сообщения. Пунктуационные нормы отражены в системе правил, соблюдение которых обязательно в публичной речи. Однако на практике пунктуационный кодекс в ряде случаев нарушается. Задача нашей статьи состоит в том, чтобы выявить и проанализировать типичные пунктуационные ошибки в современной российской прессе. Эмпирическую базу исследования составили издания «Аргументы и факты», «Вечерний Челябинск», «Комсомольская правда».

Решая указанную задачу, следует принимать во внимание, что постановка знаков препинания может определяться двумя принципами. Если в основе пунктуации лежит актуальное членение, то есть членение на тему и рему, а также на синтагмы внутри той и другой, это называется коммуникативным принципом. Если же пунктуация базируется на структуре членов предложения и их морфологических характеристиках, то налицо конструктивный принцип.

В современной официальной русской пунктуации, по мнению исследователей (Валгина Н.С. Синтаксис современного русского языка / Н.С. Валгина. —

М.: Высш. шк., 1991. — 432 с.; Осипов Б.И. История русской орфографии и пунктуации / Б.И. Осипов. — Новосибирск: Изд-во Новосиб. ун-та, 1992. — 253 с.; Современная русская пунктуация: система и ее функционирование / Б.С. Шварцкопф. — М.: Наука, 1988. — 192 с.), доминирует принцип конструктивный, для которого характерно стремление пунктуационно отмечать большинство синтаксических конструкций, учитывая формальные характеристики компонентов в их составе. Результаты нашего исследования свидетельствуют о том, что некоторые пунктуационные ошибки допускаются потому, что указанный принцип реализуется недостаточно последовательно. Так, ряд нарушений связан с тем, что автор текста либо не отмечает знаками препинания синтаксические конструкции, выделение которых предписано пунктуационной нормой, либо неправильно определяет их границы. В частности, нами зафиксированы ошибки в пунктуационном оформлении:

— обособленных членов предложения: Одновременно вы можете открыть у нас брокерский счёт, и через пару дней после того как вы пополните его, сможете приобретать и пополнять любые интересующие вас финансовые инструменты, представленные на рынке — акции и облигации, контракты на золото и валюту (Аргументы и факты. — 2010. — 27 января-2 февраля);

— вводных слов: С точки зрения предвыборной борьбы, комбинация, конечно_ безупречная (Комсомольская правда. — 2010. — 20 января);

— придаточных предложений: Катя пообещала, что на телепроекте, который предполагает выполнение участниками разных заданий от «большого брата» (этот персонаж присутствует только за кадром)_ по-

пытается снять с себя навешенный обществом ярлык «подружка Ронни Вуда» (Комсомольская правда. — 2010. — 20 января).

Однако следует отметить, что последовательность в реализации конструктивного принципа решает далеко не все проблемы нормативной постановки знаков препинания. Связано это с тем, что, считаясь доминирующим, указанный принцип не является единственным в современной русской пунктуации. Полный отказ от коммуникативного начала невозможен, поскольку это противоречит назначению пунктуации. Признание актуальности коммуникативного принципа при декларированном доминировании структурного начала имеет важное, с нашей точки зрения, следствие. Д.Э. Розенталь (Розенталь Д.Э. Справочник по орфографии и пунктуации / Д.Э. Розенталь. — Челябинск: Юж.-Урал. кн. изд-во, 1994. — 368 с.) отмечает, что в рамках одного речевого отрезка конструктивный и коммуникативный принципы могут вступать в различные отношения:

а) взаимодействие может осуществляться на основании дополнительности, тогда оба написания рассматриваются как нормативные (ср. Она моя подруга и Она — моя подруга). В этом случае реализации обоих пунктуационных принципов признаются официально, легитимизируются;

б) возможна ситуация конкуренции, когда одно из написаний признается нормативным, а другое ошибочным (ср.: Жили Артамоновы ни с кем не знакомы (Горький) и *Жили Артамоновы, ни с кем не знакомы).

Конкуренция принципов пунктуации провоцирует отступления от пунктуационных правил. Рассмотрим некоторые типичные пунктуационные ошибки.

- Появляясь между группами подлежащего и сказуемого, запятая маркирует границу между темой и ремой, что не предусмотрено каноническим правилом: Эта гиалуроновая кислота неживотного происхождения, не вызывает аллергии и таких реакций (Комсомольская правда. — 2010. — 27 января).

- При выделении оборотов, входящих в рему, автор, игнорируя смысловые связи, учитывает формальные показатели, например употребление союза как: Авокадо, как перчатки? (Аргументы и факты. — 2010. — 27 января- 2 февраля).

- Когда автор неправомерно выделяет в простом неосложнённом предложении обстоятельственную группу, он ориентируется на интонацию, которая обусловлена коммуникативной и семантической структурой высказывания: Вокруг этого участка на перекрёстке улиц Васенко и коммуны, уже несколько лет ведутся ссоры и судебные разбирательства (Вечерний Челябинск. — 2010. — 27 января).

- Осложнение простого предложения не всегда должно сопровождаться появлением знаков препинания. Так, однородные члены, соединённые неповторяющимися соединительными и разделительными союзами, не следует разделять запятыми. Употребление знаков препинания в подобных позициях вызвано коммуникативно обусловленным членением речевого отрезка на синтагмы: За год мы выявили три подобные группировки — две челябинские, и одну копейскую; Одним из преимуществ данного вклада является возможность получения ежемесячного дохода в виде процентов, либо их капитализация (Аргументы и факты. — 2010. — 27 января-2 февраля).

- Отсутствием синтагматического членения можно объяснить пропуск необходимых запятых между предикативными единицами в составе сложных предложений: Важнее на сколько за это время вырастут цены, то есть инфляция (Комсомольская правда. — 2010. — 14 января).

Указанные типы пунктуационных ошибок регулярно встречаются в текстах современных печатных СМИ, поэтому подобные употребления должны становиться предметом специального изучения в рамках филологических курсов на факультетах журналистики.

Е. ХАКИМОВА

Смысловая коннотация медиатекстов: дискурсная составляющая

Как отмечают многие исследователи, язык СМИ представляет собой функционально-стилевое образование, в определенной степени представляющее политику, идеологию, науку, искусство, литературу, и выражающее ценности, чувства и убеждения народа. Именно поэтому язык современных медиатекстов стал объектом междисциплинарных исследований и в настоящее время активно изучается с позиций общей и прикладной лингвистики, герменевтики, психолингвистики, прагматики, политологии, социологии и других наук (Пименова Г.В. К вопросу определения основных характеристик медиатекста как основной (базовой) единицы е-медиалингвистики / Г.В. Пименова // Известия Российского гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. — СПб., 2009. — № 96. — С. 218-221).

Анализ значительного числа самых разных медиафеноменов, появившихся в разное время, свидетельствует о том, что не существует единого языка медиа. В кинематографе еще можно было условно выделить несколько крупных групп (немое кино, агитационное кино, научно-популярное кино, боевик, триллер и т.п.), каждую из которых объединяет некий особый набор репрезентативных стереотипов, сформировавших конвенциональные отношения между создателем и потребителем медиатекста. Но уже телевидение, благодаря упрощению и вариативности технологии визуализации, продемонстрировало возможности усложнения гибридных структур медиатекстов, при котором имеет смысл говорить об особом языке каждой вновь изобретенной телевизионной формы.

Рассматривая медиатекст в контексте многообразия и разноплановости современных процессов, массовой коммуникации, Я.Н. Засурский определяет его как «новый коммуникационный продукт», особенность которого заключается в том, что он может быть включен в разные медийные структуры (вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов), а также в разные медийные обстоятельства (периодическая печать, радио, телевидение, Интернет, мобильная и спутниковая связь и др.) (Чичерина Н.В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности / Н.В. Чичерина // Известия Российского гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. — СПб., 2007. — №9(47). — С. 159-166).

В медиатексте можно сравнительно легко выделить составляющие его части и схему их организации. Однако их сочетание является не простым сложением, а рождает совершенно новое явление. Для интерпретации смысла медиатекстов необходима трактовка их метафорического содержания. Язык каждого конкретного медиатекста изобретается заново с помощью включения в общую систему известных средств выражения или специально разработанных для данного случая. Понимание коммуникативной и функциональной направленности высказывания, его роли в составе текста возможно лишь на более широкой основе дискурса. Так, по мнению Т.А. ван Дейка, понятие «дискурс» может использоваться для обозначения того или иного жанра, например: «новостной дискурс», «политический дискурс», «научный дискурс» (Ван Дейк Т.А. К определению дискурса. — [Электронный ресурс]. — (<http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>)).

Представляется интересным изучение медиатекстов с точки зрения базовой парадигмы «текст-дискурс». Н.Д. Арутюнова дает следующее определение дискурса: «Дискурс (от франц. Discours — речь) — связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, текст, взятый в понятийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс — это речь, «погруженная в жизнь» (Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — 685 с.).

Ранее термин «дискурс» применялся для обозначения устного текста в момент его порождения и дальнейшего развития. Сейчас он приобретает новое понимание, и применим к устному и письменному дискурсу.

С точки зрения пространства и времени понятие «дискурс» обозначает деятельностное отношение к тексту, его рассмотрение в процессе коммуникации. Дискурс принципиально бесконечен, представляя собой совокупность текстов определенного типа.

Дискурс всегда является текстом, но не всякий текст является дискурсом: текст как языковой материал не всегда представляет собой связную речь. При этом в современной лингвистике дискурс в большей степени рассматривается как динамический, простирающийся во временном пространстве процесс языкового общения; тогда как текст — это преимущественно статический объект, результат языковой деятельности.

Интересными представляются и следующие наблюдения А.Ю. Попова: «Дискурс — живой, он рождается, живет и умирает, когда предмет, который обсуждается, теряет свою актуальность... Текст — вечен (рукописи не горят)... дискурс — текст (несвязных текстов в природе не существует). Письменный текст некогда был дискурсом (см., напр., «Новый завет»), а текст, когда к нему прикоснется рука человека и включится его сознание, обернется дискурсом... Текст — средство и единица коммуникации. Дискурс — форма, в которой эта коммуникация протекает. Текст дает пищу для размышлений, дискурс — эксплицитно выраженное размышление» (Попов А.Ю. Формы экономических текстов и дискурсов / А.Ю. Попов // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сб. научн. статей. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. — С. 130-137).

Медиатекст рождается в определенной социально-культурной и исторической среде. Это в той или иной форме отражается в его содержательной и формальной структурах. При создании медиатекста автор не просто фиксирует знания в письменной форме. С помощью определенных языковых структур текста он пытается реализовать свои замыслы, довести до адресата определенные сентенции. Автор погружается в дискурсивное пространство тех процессов, на фоне которых рождается конкретный текст, и использует все возможности дискурса, чтобы аргументированно донести свою точку зрения. Тексты средств массовой информации представляют собой именно дискурс и воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий. Таким образом, дискурс открывает новые возможности репрезентации всех коннотативных красок, побуждает к рефлексии и более глубокому изучению как общих, так и специфических характеристик языка определенных типов медийных текстов.

Я. Чиркашина

Система общественно-политических взглядов в публицистике Отто Штрассера

Исследуя дискурс инакомыслящих в немецкой публицистике 20-40-х гг. XX в., мы предложили классификацию из 5 идеологических течений указанного периода, отличных от национал-социализма (гитлеризма) и репрезентированных в публицистике:

1) национал-социализм с усилением социалистического компонента (О. Штрассер); 2) национал-большевизм (Э. Никиш); 3) неоконсерватизм (Э. Юнгер); 4) идеализированный социализм (Г. Манн, Л. Фейхтвангер); 5) либерально-демократическое направление (Т. Манн).

Отметим, что публицистический дискурс, как и нацистский, ставший после января 1933 г. тоталитарным, «развертывали» национал-социалисты, устанавливали его рамки и актуализировали определенные концепты. Однако же в этом дискурсивном поле были репрезентированы и функционировали многие др. системы общественно-политических воззрений, которые составляют наш научный интерес.

Особое место в этом ряду занимает система общественно-политических взглядов О. Штрассера. Отметим, что он единственный из всех нами исследуемых, кто не только репрезентировал свою идеологию в публицистике, но и боролся за власть для ее воплощения. При этом участие публициста в оппозиционной борьбе продолжалось и после его эмиграции в 1933 г. — он продолжал направлять подпольные группы штрассеровцев в Германии, которые действовали здесь вплоть до 1937 г., организовывал движения в местах своего пребывания (Чехословакии, Швейцарии).

В качестве эмпирического материала для выявления сущности идеологии О. Штрассера мы выбрали «14 тезисов немецкой революции» (1 августа 1929 г. в журнале «Nationalsozialistische Briefe», «Национал-социалистические письма») и манифест «Черного Фронта» (принят на Втором рейхсконгрессе «Боевого союза революционных национал-социалистов в октябре 1931 г.). Выбор этих работ обусловлен тем, что, на наш взгляд, их можно считать квинтэссенцией общественно-политических взглядов публициста. Напомним, что нас интересует значение, которое публицист придает определенным концептам — «патриотизм», «Германия», «нация», «народ», «власть», «государство», «экономический порядок», «революция», «социализм», «религия».

В этих произведениях отражены представления О. Штрассера о внешней и внутренней политике Германии и формулируются основы его национал-христианского социализма, по сути. И в «тезисах» и в манифесте публицист дает своей революции три характеристики — националистическая («против по-

рабощения немецкого народа»), социалистическая («против тирании денег») и народная («против уничтожения немецкой души») [1], [2] (концепт «революция», «патриотизм»).

О. Штрассер стремится к «свободе немецкой нации в сильном немецком государстве, которое объединит все немецкие народы Центральной Европы» [1]. Однако, утверждая величие и потенциал Отчизны как «позвоночника» и «сердца Белой Европы», публицист отказывается «править чужими народами и нациями и эксплуатировать их» [1]. «Единственной целью» он провозглашает «консолидацию всех сил нации и равномерное их применение для обеспечения жизни и будущего нации» [1] (к. «Германия», «нация», «власть», «государство», «патриотизм»).

Такое положение, как «благополучное сообщество ставится выше личного блага», предполагает «свержение капитализма» и установление экономической системы социализма, целью которого является «исключительно обеспечение потребностей нации» [1]. О. Штрассер провозглашает частную собственность на землю, недра, полезные ископаемые и средства производства [2] (к. «социализм», «экономический порядок», «патриотизм»).

Что касается народной специфики штрассеровской революции, то публицист говорит о возвращении к культуре прошлого, к «источникам народной жизни» [2]. Развитие народной немецкой жизни он видит в «исполнении смысла бытия — воли Бога» [2], в обращении к религии и возведении многих ее положений в статус нравственных императивов (к. «народ», «религия», «патриотизм»).

Е. Шаронова

Литература

1. Штрассер О. 14 тезисов немецкой революции // URL: <http://nsportal.org.ua/?p=376>.
2. Штрассер О. Манифест «Черного Фронта» // URL: <http://nsportal.org.ua/?p=750>.



И. Демидова

Ветер

Ветер только ощутил свое право на свободу, поэтому еще особенно не разгулялся. Кругом мрачно: темно, грязь, дождь — немного жутко, но нет ни неприязни к погоде, ни страха перед возможной бурей. Небо не предвещает ничего хорошего — я волнуюсь, как бы вся эта прогулка «не по погоде» не сорвалась, вместе с тем на душе весело и отраднo, есть ощущение безумства — это легкое состояние похоже на счастье.

До полночи остается тридцать минут. Мы встречаемся в назначенном месте, и ты приветствуешь меня молчаливым кивком (мне необъяснимо нравится эта манера в твоём арсенале общения). Не вынимая рук из карманов, бросаю на ходу: «Не пойму, как ты оделась, продрогнешь», ты стремительно направляешься в сторону Старого города. Я плетусь следом.

Ветер усиливается, порой мешая не только двигаться, но и сделать вдох. Отчаянно сопротивляясь ему, все такая же радостная, я шагаю за тобой и нахожу в этом смысл своего бытия (странно, ведь вижу тебя третий раз в жизни). Ни на минуту не замолкая, рассказываю какую-то чепуху. Ты молча улыбаешься.

Ветер больно бьет меня по щекам — невольно кажутся слезы, я замерзла, у меня синий нос и не двигаются пальцы рук. Ты берешь их в свои, желая согреть, сильно и нежно трешь мои ладони, отградив от ветра своей спиной.

Мы входим в Никольский собор: лёгкий треск плавающих свечей, высоко под куполом звучит небесная музыка. Вокруг разные люди: кто-то радостен и весел, кто-то задумчив и сосредоточен, у многих слёзы в глазах. Снаружи бушует стихия — Ветер, Дождь, Холод, а я — здесь.

Мне нечего желать, мне нечего бояться: мои руки в твоих. Я знаю о тебе все. Я побаиваюсь тебя, но это чувство не имеет ничего общего со страхом боли или потери, это трепет перед возможностью дышать вместе, вместе слышать и видеть. Больше ничего не нужно. Вот оно — счастье — у меня в руках! Я осознаю его, а оно не спешит исчезнуть! Любые блага этого светлого мира: будь-то деньги, слава, стремительный карьерный взлёт, страстные романы — просто шелуха и вздор в сравнении с таким чувством понимания друг друга! Это не объяснишь словами, обычными земными словами... Понимание на уровне взгляда, неограниченное доверие, тонкое чувство взаимопомощи и взаимодействия на рефлекторном уровне. Гармоничная невесомость, никем, ничем не обозначенная.

Дружба, Страсть, Привычка, Семья? Разве одно слово может объяснить, что объединяет два высокоорганизованных живых существа в единое целое? Какие магнитные поля, какие флюиды, какие идеи удерживают их вместе?

Благовест возвестил о Воскресении Христовом,

и люди, стоящие в храме и вокруг него на улице, поздравляют друг друга. Чувство праздничного ликования проникает во всех и каждого. Мне кажется, что в этот момент искренни абсолютно все.

Ты, знакомый с православием лишь по бабушкиным рассказам, достаешь висающую на груди цепь с крестом, внимательно смотришь и, удивляя самого себя, тихо говоришь:

- Христос воскрес.

Я и сама впервые в жизни ощущаю каждой клеткой своего существа, что Он воскрес, наконец-то понимая, в чём чудо!

Идём бродить, взявшись за руки. Кажется, что нет ни времени, ни пространства. Стоим на каком-то мостике над давно несуществующей рекой. Над нами бесконечное небо и... ветер! Теперь ветер добрый, окутывающий. Просто стоим и держим друг друга за руки. Иногда наши взгляды встречаются, и я читаю в твоих глазах что-то невероятно важное, значимое, проникновенное. Что-то, без чего мне не обойтись, что-то необъяснимо ласковое, заботливое и естественное. Такое космическое чувство единения без поцелуя, без объятий! Всегда думала, что это будет по-другому...

К утру замерзшие ноги привели нас к дому, в котором живу я. Описать чувство острой тоски, охватившей при мысли, что придется расставаться, мне не дано.

Ты берешь меня за руки. Робко спрашиваю:

- Ты уходишь?

Улыбаешься:

- Мне пора. Глаза наполнились чем-то предательски похожим на слезы. Ты нежно смотришь:

- Мы не расстанемся уже никогда!

Целуешь меня в темя и уходишь, не оставляя мне возможности уточнить, что ты имеешь в виду...

Стою одна, и только ветер, растрепав мои волосы, не покидает меня. Мысленно спрашиваю:

- Ветер, ты мне друг? И понимаю, что этот ветер больше, чем друг.

Он, несущий в своих воздушных массах волшебство, — дуновение чуда, щедро подаренного тебе и мне в этот праздничный день. Чуда такого неизведанного, как вселенная, и такого естественного, как право всего живущего на солнце, воду, воздух. Чудо Любить!

Апрель 1998 г.

г. Воронеж

За что я люблю вишни?

Начну с самого дерева. Интеллигентное, оно всегда тянется ввысь, даже если невысокое и корявое. Его тонкие ветви благоухают цветением одними из первых по весне. Мне это дерево напоминает красивую женщину средних лет, спокойную в своей мудрости и притягательную в своём изяществе.

Сама древесина — тело этого дерева — передаёт ненавязчивый аромат, знакомый нам по плодам, такой уютный, домашний, умиротворяющий. Моя бабушка зимой заваривает вишнёвые ветки, как чай, и запах этот всегда вызывает во мне воспоминания о маленькой избушке с едва протопленной русской печкой, в которой потрескивают дрова, о пушистой кошке, умывающей крохотной лапкой своё гибкое тельце, и появляется ощущение расслабленности и покоя.

Цвет недаром называется вишнёвым. Он характерен только для них, и, глядя на цвет, сразу вспоминаешь и запах, и вкус, и форму вишен. Глубокий, спокойный, тёплый и располагающий, этот цвет по праву называется роскошным.

Вкус у вишнёвых плодов тоже хорошо узнаваемый, каким бы способом они ни были бы приготовлены. Кислый с оттенками сладости, он освежает и утоляет, даже если и удивляет горечью.

Форма вызывает особые эмоции. В природе все гениально, просто и поражает своей продуманностью. Округлый массивный плод формируется, растёт и существует на тонкой изящной ножке, соединяющей его с материнской субстанцией. Всё начинается с маленького зеленого шарика, для которого эта упругая нить — целый канал жизни, гарантирующий всё необходимое для развития: от доставки питания и воды до надёжной гибкой фиксации! Потом шарик насыщается, становится белым, желтым, розоватым и зреет, набираясь мягкости, сочности, медленно, но верно одеваясь в богатство только ему свойственного пурпура.

Спелая вишня радует глаз прямо на ветке, если, конечно, в душе у глядящего есть хоть капля животворящего романтизма. Это действительно красиво!

И всё же, отдавая дань восхищения совершенству природной красоты, не могу не склониться в реверансе уважения перед эволюционной теорией, задаваясь вопросом: для чего, в чем суть?

Красивая оболочка, которая и является «вишней» в общепринятом понимании большинства «человеков», застрявших на орально-гастрономической фазе познания окружающего мира, конечно, привлекает к

себе внимание и вызывает интерес насекомых, птиц, животных, человека своими столь узнаваемыми цветом, вкусом, формой, что во многом определяет судьбу этого плода. Но судьба съедобной части и судьба вишни — не одно и то же!

Внутри, одновременно с вкусной и красивой мантией, развивается и становится сильной, твердея, кость — ядро этой маленькой планеты. Священная суть хранится именно здесь — вечная информация не только об отдельно взятой вишенке, но и о целом дереве, способном подарить миру сотни или даже тысячи вишен! Вариантов «судьбы» много. Вишенка может сорваться с веточки под весом собственной тяжести (именно поэтому ножка длинная и тонкая); может, напротив, засохнуть под лучами солнца, так никогда и не расставшись с материнским деревом; её может склевать птица, изъесть червячок, а то и не один, сорвать красивая и заботливая женская рука или грубо сдёрнуть неосторожная мужская, может быть что-то ещё...

Поражает другое.

От вишенки останется косточка и, куда бы она ни попала: в плодородный грунт, в песок и глину, в трещину на асфальте, в трясину, даже в мусор на крыше соседнего сарая, — у неё есть способность прорасти и стать деревом!

Безусловно, все эти умозаключения — субъективная интерпретация, но желание поделиться ей продиктовано единственно надеждой быть услышанной.

Вишни я люблю с раннего детства. Они всегда привлекали меня больше «гламурной» клубники, рыночных арбузов и дынь, естественно-полезных яблок и груш, экзотических цитрусовых. Конкуренцию, пожалуй, может составить виноград — сочный, полупрозрачный, с лёгким вкусом, притягательный в своей солнечности, но ведь это совсем другой эпизод из очень умной и полезной книги — «Совершенство в природе». Она открыта всегда и перед каждым. Не напрасно!

Июнь 2007 г.
г. Воронеж



А. Аверченко

Спасли газету

Газета «Вятская речь» была оштрафована за то, что в ней помещена ошибочная заметка об утонувшем мальчике (Из газет)

Сначала прибежал репортёр Кузькин.

— Извините, Василь Василич, — сказал он, — мой грех!

— Что ещё? — побледнел секретарь, чуя недоброе.

— Дал я заметку о мальчике, который утонул, а он, негодяй, и не думал тонуть! Не смотрите на меня так, Василь Василич... Вы сердце у меня внутри перерачиваете! Ударьте уж лучше.

Секретарь заскрежетал зубами:

— С каким бы наслаждением я взял бы эти большие ножницы, вонзил бы их в вашу идиотскую спину да повернул бы раз десять!

Вбежал другой репортёр Мышкин.

— Василь Василич! — сказал он, испуганно вращая глазами. — Дайте мне по морде!

— То есть... Это для чего же вам!

— Да уж дайте! Дайте! После увидите, что стоило. Да покруче. Так, зуб на три.

Мышкин потупился и, покачав головой, стал сосать измызганный карандаш.

— Не было драки? А вы дали заметку? А? А что вы подавился своим карандашом, проклятый! В гроб вы меня вгоните!

— То есть оно... драка-то была, только не на базаре, а в доме купца Шестипудова. И не драка, в сущности говоря, а крестины шестипудовского младенца Карпа, на которых дьякон сказал речь о вселенских соборах... Сам не знаю, как я напугал!

Секретарь судорожной рукой схватил ножницы, но в это время влетел третий репортёр Редькин, в противоположность своим коллегам радостный, весёлый, улыбающийся.

— Господа! — кричал он ещё издали. — Могу вас порадовать приятной вестью! Наш уважаемый артист Малютин-Скуратов, о котором я вчера дал заметку, что он отравился в трактире Мерзавцева рыбой и положение его безнадежно, — оказывается, на пути к полному выздоровлению. Завтра встанет! Сейчас только узнал.

Секретарь посмотрел с ненавистью на его сияющее лицо и процедил сквозь зубы:

— Болван!

— Не скажу. Парень он недалёкий, правда, но зато — душа общества! Какие армянские анекдоты рассказывает...

— Нет, это вы болван! — взвизгнул секретарь. — Чему радуетесь?! Не знаете, что бывает за сообщение в печати ложных сведений?!

Редькин потускнел, опустился, и его жизнерадостный тон как рукой сняло.

Кузькин посмотрел на него и убеждённо сказал:

— Дурак ты, Редькин!

Мышкин постарался быть точнее:

— Не столько дурак, как кретин...

Секретарь уже не слушал их разговора. Он шёл к костяшкам счётов, бормоча про себя:

— Мальчишка — положим пятьсот рублей... Да драка — от пятисот до тысячи... Актёр, думаю, немного будет стоить — они не в цене: от двухсот до трёхсот... Итого — 1200-1800!

Опять он сжал кулаками виски и потом решительно поднял голову.

— Вот что, господа... Мы должны спасти газету! Есть один способ...

Все трое обрадовались.

— Говорите! Всё равно погибать. На рожон пойдём!

— Ступайте и сделайте так, чтобы ваши сообщения соответствовали истине.

Секретарь многозначительно посмотрел на репортёров.

Кузькин вёл за руку босоногого мальчишку, который во всю мочь визжал на какой-то свистульке, и говорил ему:

— Пойдём, я тебе что-то покажу с берега.

Мальчишка заинтересовался:

— Може, рак?

— Там и раки, и рыба — всё будет. Только пойдём со мной — не бойся.

Мальчишка доверчиво шагнул за репортёром, пока они не подошли к пустынному обрывистому берегу реки.

— Вон, видишь! Под корягой... Там, дальше!

Репортёр сильной рукой толкнул мальчишку в спину. Тот мелькнул в воздухе босыми загорелыми ногами и, не успев вскрикнуть, скрылся под водой.

Кузькин подождал, боясь, что он выплывет, но, к счастью, страх его оказался неосновательным.

Успокоенный, он весело шагнул по направлению к базару.

Редькин преувеличенно радостно вкатился в номер лежащего на кровати Малютин-Скуратова и затрещал:

— Ну, как здоровье?! Поправляешься? Принёс тебе бутылочку винца. Разопьём! Для здоровья полезно.

Он налил два стакана и, выждав, когда актёр утомлённо закрыл глаза, всыпал в его стакан какой-то белый порошок.

— Твоё здоровье! Поправляйся.

Артист привычным жестом опрокинул стакан в глоток, сейчас же выпучил глаза и без звука свалился

на подушки.

Адская улыбка показалась на мрачном лице Редькина.

– Готово!

Подержав маленькое зеркальце около рта покойника, он облегчённо вздохнул и помчался на базар.

На базаре сошлись все трое.

Действовали по заранее намеченному плану. Мышкин подошёл к проходившему пьяненькому мещанину и сказал ему искусственно возмущённо:

– Как вы позволяете, чтобы этот негодяй называл вас жуликом?

Мещанин поднял свои отуманенные, свирепо пьяные глаза и спросил, нахмурившись:

– Кто назвал?

– Вот он.

Репортёр указал на извозчика, мирно дремавшего на козлах около трактира.

– А-а! Покажу я ему жулика!

Мещанин подошёл, осмотрел критическим взглядом извозчика и, нацелившись ему в зубы, ударил.

Извозчик свалился на мостовую.

Это видели из окна трактира.

Выскочили несколько человек и, обрадованные представившейся легальной причиной, навалились на мещанина...

Извозчик с трудом поднялся, вытер кровь с лица и, подумав немного, сбил кадку с головы проходившего мороженщика.

Бой разгорался по всей линии.

Ликующие репортёры полетели в редакцию.

Газета была спасена.

Из сборника «Надгробные плиты»,
1911 г.

