

ББК 76
А 38

Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати



НОВОЕ
В МАССОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ

АЛЬМАНАХ

Выпуск 5-6 (100-101)

Редакционная
коллегия:

В.В. Тулупов —
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. Тулупов

Актуальные проблемы МК.....3

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

С. Корконосенко

Медиажизнь и гарантии коммуникационной свободы6

В. Олешко

Журналистика: от факта — к смыслу.....15

С. Страшнов

Актуальные медиапонятия.....22

В. Хорольский

Постмодернизм в западной публицистике: тупик или новый этап30

РЕКЛАМА И PR

В. Голуб

Реклама в Интернете и киберпреступность41

А. Яблонских

Виды сайтов и особенности написания текстов для них44

НА СТЫКЕ НАУК

Е. Красова, К. Конго, А. Буховец

«Мы» и «они» в этническом самосознании русских воронежцев47

РЕЦЕНЗИЯ

А. Факторович

Красота в языке57

СТУДЕНЧЕСКИЙ ОПЫТ

И. Харсеева

Стереотипы о России за рубежом (на материалах зарубежных СМИ)61

СООБЩЕНИЯ68

ДАЙДЖЕСТ72

ЛИТЕРАТУРА

Т. Лебедева

Грустные судьбы весёлых людей78

ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ85

Content

EDITORIAL

V. Tulupov

Topical problems of mass communication3

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

S. Korkonosenko

Media life and guaranties of communication freedom6

V. Oleshko

Journalism – from fact to sense15

S. Strashnov

Media terms of current interest.....22

V. Khorolsky

Postmodernism in Western publicist works: standstill or new stage?30

ADVERTISING AND PR

V. Golub

Advertising in Internet and cyber crimes.....41

A. Yablonskih

Types of sites and peculiarities of texts written for them.....44

AT THE JUNCTION OF SCIENCES

E. Krasova, K. Kongo, A. Bkhovets

“We” and “they” in ethnic self-consciousness of Russian citizens of Voronezh47

REVIEW

A. Faktorovich

Beauty in language57

STUDENT EXPERIMENTS

I. Kharseeva

Stereotypes about Russia abroad (on materials of Western mass media)61

MESSAGES68

DIGEST72

LITERATURE

T. Lebedeva

Sad fates of marry people78

WORKS OF OUR COLLEAGUES85

Корректоры — Т. Коновалова,
А. Князева
© Факультет журналистики
Воронежского государственного уни-
верситета. Подписано в печать
09.11.11. Тираж 150 экз.

Актуальные проблемы массовой коммуникации

Вернуться в журналистику

Международной конференцией «Формула доверия» завершился XV Международный фестиваль журналистов в Сочи. Ниже публикуем выступление члена воронежской делегации, декана факультета журналистики ВГУ, главного редактора «Акцентов» Владимира Тулунова.

Начать с себя

То, что уровень доверия к журналистике катастрофически низок, что самой журналистики становится всё меньше и меньше, кажется, уже признали все. Так кто же виноват и что делать? Можно, конечно (и нужно!), предъявить счёт властям, ответственным за сужение социального и информационного пространства для реализации основных функций журналистики. Можно упрекнуть и аудиторию, которая предпочитает гламур качественной журналистике. Но лучше начать с себя.

Думается, журналисты (да простится мне резкое слово) предали нашу самую читающую аудиторию. Не все и не сразу, но предали. И сегодня остались лишь островки, где живут настоящие журналисты-Робинзоны.

Свобода журналистики была понята лишь как свобода выражения, самовыражения. Появилась тузовочная, монологичная пресса для своего — узкого — круга. Действенность уже никого не интересовала. Рубрики типа «Газета выступила. Что сделано?» сошли со страниц периодики. И критикуемые сразу это заметили, действуя согласно известной «мудрости»: «Собака лает, ветер носит, караван идёт...»

Прежде, когда в редакциях существовали отделы писем, журналисты порой занимались не своим делом, разбирая проблемы читателей (зрителей, слушателей), которые должны были решать советская власть. Но зато когда уже не на кого было надеяться, человек шёл в редакцию (фраза «А вот я в «Труд» напишу!» приводила в трепет многих начальников доперестроечных лет). Но отделы писем закрыли, подборки и тематические страницы под «шапкой» «Нам письмо!» исчезли.

Постепенно исчез и читатель, в том числе и как внештатный автор (было время, когда корреспонденты, помимо собственных материалов, должны были готовить авторские выступления — 60 процентов плановых месячных строк). А раз нет обратной связи — к чему такие СМИ?..

Постепенно коммерциализировались функции журналистики. Многие корреспонденты добровольно уходили в новый агитпроп, пиарналастику. По разным причинам, главные из которых можно выразить тремя словами: безопаснее, привычнее, денежнее...

Конфликты внутри редакционных коллективов приводили либо к изменению «лица» издания, либо

к его закрытию. Сколько российская журналистика потеряла, выражаясь современным языком, брендов!.. История «Известий» у всех на слуху и на виду...

Все катастрофы последних лет связаны в основном с нарушением технологии. У журналистов — своя технология, нарушение которой также приводит к катастрофам. Для нас катастрофа, когда нарушаются профессиональные и этические стандарты, когда СМИ изобилуют ошибками — фактическими, стилистическими, орфографическими, орфоэпическими...

В общем, мы каждый день теряли и продолжаем терять аудиторию, которая сегодня стремительно мигрирует в социальные сети, творя свою «как бы журналистику». Именно — как бы. Ведь цивилизованное общество нуждается в профессионалах, ответственно изучающих текущую действительность, ответственно описывающих факты, события и явления, ответственно транслирующих информацию по различным каналам. Профессионалов, ответственных за то, как их слово отзовётся...

Что же делать?

Журналистам необходимо возвращаться в профессию, а СМИ — возвращать аудиторию. Конечно, это непросто. Но возможно.

Если редакция — особенно на местах — станет культурным центром, своеобразным клубом встреч, если в редакции будет царить особая атмосфера, к ней потянутся люди. Задача — создать творческую среду. Если редакция найдет свою нишу (а для общественно-политических изданий она, можно сказать, давно определена — защита гражданина), то читатель скоро это оценит и, возможно, сам будет помогать в определении болевых точек, в поставке эксклюзивной информации.

Мне кажется, в обществе ощущается ностальгия по настоящей журналистике. Так давайте не злорадствовать вслед «уходящим натурам» с их ритуальностью («приятен запах типографской краски, люблю читать на ночь...»), а, наоборот, использовать их читательскую квалификацию для улучшения контента издания и воспроизводства аудитории (читательские клубы, письма читателей и т.п.).

Через различные формы медиаобразования и медиакритики (что давно делается в тех же скандинавских странах, в Германии, во Франции) следует собирать качественную аудиторию, готовить читателя с широким кругозором, привычкой к вдумчивому чтению и др. Находить нового читателя, развивая сеть корпоративных, в том числе семейных, СМИ.

Кстати, замечено, что только из хорошего читателя получается глубокий телезритель, вдумчивый радиослушатель, разборчивый пользователь Интернета...

Журналистика и реклама

В ВГУ состоялся межрегиональный научно-практический семинар «Актуальные вопросы применения законодательства РФ о рекламе. Недобросовестная конкуренция: теория и правоприменительная практика». С основным докладом выступил заместитель руководителя ФАС России, кандидат экономических наук, заслуженный юрист РФ Кашеваров А.Б., рассказавший о перспективах развития в Российской Федерации антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе. Среди выступавших был и декан факультета журналистики ВГУ, д.ф.н., проф. Тулупов В.В., текст речи которого приводится ниже.

Различия журналистских и рекламных материалов как профессиональная и этико-правовая проблема

Различение журналистики и рекламы (коммерческой пропаганды) становится практической проблемой. Сегодня УФАС может оштрафовать любую редакцию, публикующую положительный материал на бесплатной основе: ведь каждое предприятие, каждая фирма, о которой идет рассказ, является также и хозяйственным субъектом, а любой герой имеет отношение к той или иной организации. Поэтому редакции либо вообще отказываются от подобных материалов (очерк практически ушел из СМИ), либо публикуют их сугубо на платной основе, нередко при этом не помечая тексты как рекламные. Это относится не только к печатным, но и к электронным СМИ.

Кстати, многие исследователи массовой коммуникации связывают падение доверия к журналистике в том числе и с перерождением журналистики, становящейся «пиаристикой», «пропагандистикой», транслирующей заказные материалы («джинсу») под видом публицистических (объективных или стремящихся в объективности) текстов[1]. Тиражи периодических изданий последовательно снижаются, телевизионная аудитория в возрасте от 20 до 40 лет уходит в Интернет, т.е. население теряет надежные источники информации, а рекламодатели — эффективные рекламоносители.

Конечно, на уровне принятия решений о санкциях можно прибегнуть к определенной методике дифференциации принадлежности медиатекстов к сферам рекламы, PR или журналистики, но хотелось бы большей правовой определенности...

Ниже приведены критерии выявления признаков манипулятивного воздействия медиатекстов по методике, предложенной учеными УрГУ[2]:

Текст не является журналистским, а — пропагандистским (PR-текстом, рекламным текстом), если в тексте:

- нет ярко выраженного информационного повода;
- общественная значимость события не соразмерна его объему;
- фактические сведения отсутствуют, вместо них — мнения, оценки;
- используются фактические сведения, которые невозможно проверить;
- используется не относящаяся к делу информация вместо важных фактов;

- есть только один источник информации;
 - нет ссылок на источники;
 - отсутствуют конкурирующие точки зрения;
 - не представлены пропорционально все стороны и участники события;
 - даны только положительные качества персоны (товара, услуги, мероприятия) и они выводятся на первый план;
 - чаще, чем необходимо упоминаются определенные имена и организации;
 - персонаж (организация) выделяется шрифтом, монтажом, версткой, иными техническими приемами;
 - используются сравнительные и превосходные степени прилагательных, а также словосочетания с лексическими единицами типа «единственный», «существенное отличие», «вопреки», «следует признать», «массовый» и т.п.;
 - употреблен пафосный заголовок, изначально дающий положительную оценку деятельности фирмы;
 - в заголовок вынесена фраза представителя компании, содержащая положительную оценку;
 - представлен логотип или слоган предприятия (компании);
 - указаны телефоны, адреса предприятия;
 - формулировка вопросов в интервью провоцирует (подсказывают) положительный рассказ о предприятии;
 - формулировка вопросов в интервью содержит положительную оценку;
 - фотоиллюстрации демонстрируют товары, услуги конкретного предприятия;
 - негативные характеристики товара (услуги, продукта) малоубедительны и несоизмеримы с положительными, присутствуют лишь для создания иллюзии «разных точек зрения»;
 - в «объективных» опросах предпочтений граждан на первое и единственное место выносятся вполне конкретный продукт (название фирмы, марка);
 - отобранные эксперты представляют конкретную компанию;
 - объем материала о событии значительно меньше объема информации о спонсоре того же события.
- Этой методикой должны владеть прежде всего редакторы, поскольку именно они отвечают за соблюдение профессиональных и этических стандартов в возглавляемом ими СМИ. Соблюдение этих стандартов будет способствовать развитию обеих отраслей — СМИ и рекламы, развитию профессионализма как журналистов, так и рекламистов. Не менее важно отличать коммерческую информацию от журналистской и обычным читателям, зрителям, слушателям: ведь реклама по определению пристрастна, в ее природе — преувеличение достоинств товара или услуги, и эту условность понимает (принимает) потенциальный потребитель.

На ТВ широко используются технологии Product Placement/Продакт плейсмент (в дословном переводе означает «размещение продукции»).

«Объем российского рынка product placement в 2006 г. составил порядка 5-6 млн долл. По-прежнему

около 60 % на нем занимают продукты питания, основная рекламная площадка которых — отечественные телесериалы. По прогнозам экспертов, в ближайшие годы российский рынок product placement будет увеличиваться на 100-150 % в год»[3].

Сегодня эта технология проникает и на страницы прессы (представление известных людей, их потребительских привычек). Оплаченные материалы читатели воспринимают как обычные журналистские тексты. Как известно «скрытая реклама» запрещена, и вот уже это понятие, как и понятия «заказной материал», «джинса» заменяются более мягким, расплывчатым — «контентная конвергенция». Общественно-правовая пресса публикует текстовую рекламу под определенными рубриками, которые обозначены как рекламные лишь в выходных данных издания (в «Комсомольской правде» это рубрики «Взрослые игры», «Открытая трибуна», «Люди дела», «Точка зрения», «Кушать подано»; в «Коммерсанте» — все публикации, заверстанные на растровой подложке) [4]. Читатели же не идентифицируют материалы под этими рубриками как рекламные, относят их к редакционной части издания. Между тем цивилизованная редакционная практика предполагает четкое разделение журналистских и рекламных разделов (иногда в отдельных тетрадках), что подчеркивается даже на уровне дизайна: например, в рекламной части не ис-

пользуются текстовые и заголовочные шрифты, которыми набираются журналистские материалы и т.д.

В заключение предложение: думается, настало время включения в школьные программы хотя бы на факультативной основе дисциплины «Медиаобразование»: ведь каждый человек каждый день контактирует со средствами массовой информации или средствами массовой коммуникации. Людям важно отличать пристрастную — оплаченную — информацию от профессионально подготовленной журналистской информации.

В. Тулупов

Сноски и примечания:

[1] В западной журналистике интервьюируемая звезды или эксперт получают гонорар, в российской же практике герои интервью чаще всего оплачивают место на полосе или время в эфире.

[2] Это — избранные критерии отличия журналистских материалов от рекламных, изложенные в инструкции для СМИ, с 1998 г. используемой Свердловским областным управлением Федеральной антимонопольной службы. Авторы данной разработки — Лозовский Б. Н., Мишин И. Н., Щепилова Г. Г.

[3] Агаева М. Моя PРекрасная няня: зачем героям мыльных опер есть ваши продукты // Sales business / Продажи. — 2007. — № 1.

[4] Глянцевые издания публикуют фотографии, указывая бренды одежды и аксессуаров, в которые облачен герой фотоснимка.



С. Корконосенко

Медиажизнь и гарантии коммуникационной свободы¹

Стремление искать поддержку прав и свобод личности в официальной (институциональной) сфере можно считать устойчивой научной традицией. По меньшей мере, есть основания утверждать это применительно к теме нашего исследования. Казалось бы, естественным образом напрашивается мысль о том, что наравне с обязанностями и практикой социальных институтов следует изучать состояние общественного сознания, которое либо поддерживает либеральные интенции властей, либо сохраняет равнодушное к ним отношение, либо и вовсе встречает их в штыки. В этом случае исследовательское внимание в правильной пропорции распределялось бы между, с одной стороны, юридическими и политическими условиями развития медиасферы, с другой стороны — профессионалами и собственниками медиапредприятий, с третьей стороны — аудиторией и в целом адресной общественностью. Прямые или косвенные доказательства потребности в таком балансе нередко обнаруживаются в заявлениях деятелей прессы, которые пытаются найти принципиальный выход из кризиса общественного доверия к массмедиа. Выпускающий редактор крупнейшей германской газеты *Frankfurter Allgemeine Zeitung* Вернер Д'Инка обращается к своим коллегам со следующим призывом: «Узнайте, что ваши читатели хотят прочитать, и дайте им это. <...> К сожалению, многие из нас делают газету таким же образом, каким некоторые инженеры хотели бы делать автомобили: прекрасные с точки зрения инженеров, но чаще всего практически бесполезные с точки зрения тех, кто... будет их водить. <...> Есть газеты, прекрасные на взгляд журналиста... газеты, “сделанные журналистами для других журналистов”.....»².

Апелляция к потребностям редакционной практики, по существу, отражает социальный заказ науке, призванной, в пределах своей компетентности, удовлетворять эти потребности. Статистический анализ тематики и объектов медиаисследования дает возможность увидеть, как на самом деле соотносятся зоны внимания в научных публикациях. Эту работу взялись выполнить немецкие специалисты.

В качестве историко-теоретического введения они проследили эволюцию исследования журналистики в западных странах. Нам интересно познакомиться с их наблюдениями для оценки российского опыта. В течение долгого времени ученые в Европе и США концентрировались на сугубо практических вопросах функционирования прессы, с упором на квалификацию и методы труда журналиста. Эта направ-

ленность находила понимание у самих журналистов. «Когда же ученые выполняли исследования, специально нацеленные на журналистские произведения и контекст деятельности, практики воспринимали их работу скептически и говорили о “Микки Маус исследованиях”». Только в 1960-х годах наметился отход от прагматики, с проникновением в журналистскую науку методов эмпирического анализа из арсенала политологии, социологии и социальной психологии. Однако подходы с позиций системности и социальности все еще далеко не стали общепринятыми³.

Контент-анализ научных журналов по вопросам журналистики позволил авторам показать современное положение вещей. Для изучения были отобраны семь авторитетных изданий, выходящих на английском языке в разных регионах мира. Оказалось, что абсолютным лидером являются исследования коммуникатора (то есть опять-таки функционирующего журналиста): 64,5% всех опубликованных статей. За ними следует анализ содержания медиа (49,6%). Затем с большим отставанием третье место занимает изучение аудитории с 4,6%. Исследование канала, или, соответственно, продукции медиа встречается довольно редко: лишь 9,2% статей. Картину дополняет характеристика эмпирических исследовательских методов, применяемых авторами публикаций (табл. 1). Контрастное преобладание контент-анализа, а также глубинного интервью точно коррелирует с направленностью внимания на организацию производства текстов и самооценку сотрудников. Изучению аудитории органичны стандартизированные интервью в различных формах, эксперименты, наблюдение, которые ныне занимают очень скромные места в представленной группировке⁴.

Таблица 1.

Применяемые эмпирические подходы

Эмпирический метод исследования	Частота	Процент
Контент-анализ	151	43,3
Глубинное / программируемое интервью	70	20,1
(Бумажный) письменный опрос	29	8,3
Наблюдение	27	7,7
Стандартизированный устный опрос	13	3,7
Онлайн-опрос	13	3,7
Искусственный (лабораторный) эксперимент	11	3,2

Несложно сделать вывод о том, что по сравнению с годами, когда в науке господствовала прагматическая ориентация на функционирование редакции и журналиста, предпочтения изменились мало. Столь же ясно, что «изнутри» редакционного офиса невозможно увидеть и понять умонастроения и эмоционально-психическое состояние населения, принимающего (или отталкивающего) медийные предложения. Наконец, немецкие аналитики дают срез дисциплинарных подходов, в рамках которых рассматриваются и решаются проблемы современной медиасферы. Среди научных контекстов, повлиявших на строй мышления исследователей прессы, явно первенствует политика (40,4%), затем следуют технологии (14,9%), и далее, по мере убывания, идут, в числе прочего, история, экономика, культура, законодательство...⁵ Приведенная статистика подтверждает, что большинство специалистов рассматривают политику и технологическую революцию как ведущие факторы коренного преобразования медиа. Подобные заключения можно найти в многочисленных источниках, как отечественных, так и зарубежных, они едва ли не стали уже общим местом. Мы не считаем такое решение научной задачи исчерпывающе полным и корректным. В частности, в политической и технологической проекциях не поддается адекватному пониманию само по себе общественное сознание, в том числе как среда, формирующая почву для коммуникационной свободы личности. Скорее, для этого необходимо налаживать взаимопонимание с историей, культурологией, социальной психологией, оказавшимися на обочине трансдисциплинарной исследовательской практики.

Ценнейшие, по нашему мнению, данные немецких ученых о содержании научной периодики позволяют судить о степени готовности исследовательского сообщества к встрече с новыми реалиями в мире медиа. Целостно они были схвачены британским ученым Роджером Силверстоуном в названии его нашумевшей монографии «Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis». **Емкий научный образ — медиаполис** — вбирает в себя многогранность и глубину произошедших перемен⁶. Автор так объяснял свой выбор вектора рассуждений о современном обществе и человеке в нем: «Мы попали в зависимость от медиа в своей повседневной жизни. <...> Я отдаю себе отчет в том, что такая отправная точка... сближает меня с позициями медиацентризма... Действительно, если пользоваться простыми и разумными эмпирическими категориями, то будет вполне ясно, что медиа... не могут являться всем. Жизнь проживается вне медиа, и для многих людей, если не для статистического большинства во всем мире, медиа... отсутствуют, недоступны, не важны. И даже в развитых индустриальных обществах личные и политические решения часто оказываются скрытыми от микрофонов и камер. Жизнь проживают — в семьях, организациях и государствах — без апелляции к медиа...»

Мои рассуждения учитывают все это. Но они также обосновывают значимость медиа для нашей ориентации в мире... способами, которые невозможно было представить себе до электронной эры⁷.

В приведенном обосновании авторской позиции привлекают, во-первых, взвешенность оценок произошедших перемен (без встречающейся нередко запыленной демонизации медийных каналов) и, во-вторых, стремление искать решения коренных проблем в повседневной жизнедеятельности человека и общества, а не во внешних по отношению к ней факторах (вроде политики и технологии). Примечательно, что в название книги вынесено соотношение медиа и морали — «Media and Morality».

Идея медиаполиса как нового цивилизационного образования была подхвачена другими исследователями и получила у них расширенное толкование, которое явно перекликается с нашим интересом к рефлексии коммуникационной свободы в общественном сознании. Они особо выделяют «два связанных между собой явления, которые до некоторой степени являются базовыми характеристиками современного состояния человека в «медиаполисе» Силверстоуна: во-первых, понятие медиадеятельности как совокупности действий, стратегий и тактик, норм и ценностей, которые вместе с технологией определяют выпуск продуктов индустрии культуры... Во-вторых, понимание медиадеятельности как диапазона действий и социальных стандартов, которые растущему числу людей — и большинству подростков — предлагаются в контексте современной цифровой культуры... а именно: использование медиа в роли производителей медиа в большей (или равной) степени, чем в качестве потребителей медиа. Фактически в этих условиях придется с чистого листа заниматься теоретическим осмыслением данных и результатов исследований медиапроизводства по всему полю взаимодействия людей с медиа и через медиа, вместо того чтобы выделять какую-либо одну группу, даже если это штатные работники коммерческих и гражданских медиаорганизаций в обществе...»⁸

Если обобщить в короткой форме, то речь идет о переключении внимания с институтов и профессионалов на «обыденную» личность, причем активную в своем медиаповедении, даже если активность навязывается ей помимо ее желания и согласия. С этих позиций напрашивается дополнение к выразительной метафоре медиаполиса — а именно «медиажизнь» (media life). Она, в согласии со взглядами Силверстоуна, не противопоставляется «обычной» жизни в ее традиционном синкретическом понимании, но становится ее неотъемлемой и важнейшей частью. В то же время она протекает по собственным законам и правилам, как имеют свои регламенты, обычаи и стандарты жизнь в экономике, семейном и родовом окружении, политике и пр.

С точки зрения уровня осмысления ситуации медиаполиса и медиажизни представляется несомненным, что нужен резкий скачок в развитии теоретических, фундаментальных изысканий. Вернемся к приведенной выше цитате и подчеркнем в ней призыв к «теоретическому осмыслению... медиапроизводства по всему полю взаимодействия людей с медиа». Ситуация требует свежих идей, возможно — новых парадигмальных решений. Однако на суд научной

общественности в подавляющем большинстве выносятся проекты эмпирического уровня, тогда как «философствование» по поводу медиажизни имеет все шансы получить ярлык «Микки Маус исследований». Мы приходим к данному заключению не умозрительно, а с учетом статистики массива публикаций в научной периодике. По материалам контент-анализа, к которым мы обращались ранее, теоретические исследования медиа представлены менее чем в каждой третьей статье, а преобладают результаты эмпирических наблюдений, причем без элементов сравнения нескольких стран, профессиональных культур и т. п. (57,3%)⁹. Было бы странно отрицать значимость сбора конкретных данных, включая опыты в жанре case study. Но еще менее уместно соглашаться с засильем сугубо описательных проектов, когда реальность вызывает к выдвижению и проверке гипотез высокого теоретического уровня.

В границах своей темы мы выдвигаем следующую **гипотезу**. Государство и другие социальные институты играют важную и необходимую, но всего лишь обеспечивающую роль в утверждении на практике идеалов коммуникационной свободы личности. Более того, институциональные ресурсы в настоящее время близки к исчерпанию. Глубинные факторы осуществления коммуникационной свободы коренятся в состоянии массового общественного сознания, а именно в понимании свободы как неперемennого условия нормального устройства медиажизни в медиаполисе, с соответствующим волевым и эмоциональным сопровождением этого разумного осознания.

В России мы имеем дело со слабым осознанием новой игры сил в медиасфере, причем логика центральных действующих лиц движется по инерционному руслу. Выразительной иллюстрацией служит реакция журналистского сообщества на предоставление Общественной палате РФ некоторых полномочий по контролю соблюдения свободы слова в средствах массовой информации¹⁰. Институт региональной прессы (Санкт-Петербург) предложил им анкету, включавшую в себя три вопроса:

1. Насколько хорошо вам знакомы полномочия по контролю за деятельностью СМИ, предоставленные Общественной палате в соответствии с законом, принятым Государственной думой по инициативе Президента РФ?

2. Как вы оцениваете наделение Общественной палаты функцией контроля за деятельностью СМИ?

3. Кто, по вашему мнению, должен контролировать СМИ, в какой форме?

Казалось бы, именно сотрудники СМИ, как агенты и «голос» граждан, должны быть более всего заинтересованы во взаимодействии с общественностью, но не с официальными инстанциями. Однако почти все 32 участника опроса высказались категорически отрицательно по поводу изменений в законодательстве. Типичными по содержанию оказались такие ответы: «Очевидно, это попытка установить цензуру», «Наделение Общественной палаты функцией контроля за деятельностью СМИ расцениваю как излишнее дублирование уже существующих государственных

функций», «Резко отрицательно» и т. п. Отчасти на неприятие новых норм повлиял конъюнктурный фактор — скептическое отношение представителей прессы к самой Общественной палате, формирование которой происходит при участии государственных органов (реплики такого рода звучали в некоторых ответах). Заметим, что никто из участников опроса не поставил под сомнение допустимость и полезность деятельности НКО, занимающихся вопросами свободы слова, равно как и практику корпоративного самоуправления. Между тем при каждом обновлении состава Палаты в него включаются представители как раз этих НКО и медиасообщества (Фонд защиты гласности, Медиасоюз и др.), и они активно проявляют себя в деле защиты свободы слова и массовой информации. Думается, что подлинная причина отрицательной реакции кроется в инстинкте защиты своей суверенности, без попытки разобраться в существе вопроса и осознать преимущества сотрудничества с общественным представительством, при всех слабостях проекта под названием «Общественная палата».

В этом выводе убеждают ответы на первый вопрос — насколько профессионалы знакомы с содержанием законодательных новаций. Вот образцы ответов — даже не типичных, а почти без исключения одинаковых: «Не очень хорошо, знаю, что такой вопрос обсуждался и вроде даже решен», «О полномочиях по контролю за деятельностью СМИ, предоставленных Общественной палате, знаю, но пока не вникал в детали», «Не знаком»... Рискнем предположить, что те респонденты, кто заявляет о знакомстве «в общих чертах», деликатно преувеличивают уровень своей осведомленности. Между тем поправки в закон «Об Общественной палате Российской Федерации» заслуживают более обоснованной реакции, чем рефлекторное отметание с порога. В тексте говорится о том, что Палата выполняет свои цели и задачи, кроме прочего, путем осуществления общественного контроля за соблюдением свободы слова в средствах массовой информации. В следующем пункте — о деятельности путем привлечения граждан, общественных объединений и представителей средств массовой информации к обсуждению вопросов, касающихся соблюдения свободы слова в СМИ, реализации права граждан на распространение информации законным способом, обеспечения гарантий свободы слова и свободы массовой информации и выработки по данным вопросам рекомендаций. Как несложно убедиться, речь идет отнюдь не о введении цензурных стеснений свободы, а как раз наоборот — о дополнительном механизме ее обеспечения. В статье о формах работы Палаты ей предоставляется право давать заключения о нарушениях свободы слова в средствах массовой информации и направлять указанные заключения в компетентные государственные органы или должностным лицам. Единственная участница опроса, давшая себе труд непредвзято вдуматься в текст закона (это сделала профессор СПбГУ), выступила с мнением, которое не совпало со спонтанной реакцией большинства: «В случае выявления нарушений палата обращается в надзорные органы. И хотя я считаю, что деятельность СМИ регулируется законодательством,

в такой формулировке я не вижу опасности. Тем более что палата в этом случае не принимает решений, а лишь обращает внимание на нарушения свободы слова и доступа к информации». Нельзя не согласиться с этой мотивированной оценкой.

Наконец, коснемся мнений о том, кто должен контролировать СМИ. Здесь перебор вариантов укладывается в несколько основных позиций: «Прокуратура в тех случаях, когда явно нарушаются законы», «С конкретными случаями оскорбления словом должен разбираться суд», «Читатели в форме голосования своим рублем», «Качественная журналистика сама себя одергивает и исправляет», «Журналистское сообщество может контролировать себя в отношении этики». Если обобщить, то называются работа надзорных и правоохранительных органов, рынок и самоконтроль. Общественное влияние на прессу (помимо контроля рублем) не имеется в виду, тем более в каких-либо организационных формах. На наш взгляд, ответы свидетельствуют об институциональной одноплановости мышления и стойкой приверженности стереотипам, производным от либеральных доктрин. Прямолинейный, безоттеночный либерализм — относительно новая для России идеология, пустившая, однако, глубокие корни в профессиональном сознании. В своем изначальном виде он восходит к концепции правовой личности. Согласно этой концепции, как отмечают философы, «личность-persona не тождественна психологическому Я; это — словно двойник, зеркальное отображение реального Я в системе общественных отношений, как бы концентрированное выражение роли, которую человек играет в обществе». Задача человека сводится к добросовестному подчинению установленным порядкам и решениям контролирующих органов. Таким образом, ответственность переходит в основном к группе, а не к личности в составе группы¹¹. Вот почему ссылка на суд и прокуратуру как единственные полномочные инстанции лишь на первый взгляд отвечает принципам демократизма, но фактически противоречит им, поскольку задача регулирования перекладывается на официальные институты. Гарантии же свободы слова не могут обеспечиваться лишь официальным порядком, они, как минимум, заключены во взаимодействие государства, профессиональной корпорации и общественности, в различных формах проявления ее потенциала.

Яркие эпизоды из мировой практики, вызвавшие бурный резонанс, подтверждают беспочвенность упований исключительно на официальные инстанции как гарантов общепризнанных демократических свобод. Среди них одно из самых заметных мест занимает случай с грубыми нарушениями британской News of the World всех мыслимых правовых и этических стандартов. Нас в этой ситуации больше всего интересуют саморазоблачительные признания верховной власти. По сообщениям прессы, «премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон объявил о радикальном пересмотре отношений между правительством и средствами массовой информации. Заявление премьера сделано в связи со скандалом вокруг газеты News of the World, о закрытии которой было объявлено вчера.

Правительства и представители оппозиции долгие годы закрывали глаза на поведение прессы, потому что были слишком заинтересованы в том, чтобы их поддерживали такие крупные медиагруппы, как News Corp Руперта Мердока, заявил Кэмерон. Вину за такое поведение он возложил и на себя, и на других политиков. «Политики и журналисты слишком много времени тратили на то, чтобы добиться расположения друг друга. Но при мне эта музыка кончилась, и взаимоотношения должны измениться», — заявил премьер». В процессе развития скандала был арестован бывший главный советник Кэмерона по связям со СМИ — по подозрению в участии в сговоре с целью прослушивания телефонов и обвинениями в коррупции¹².

Примерами срачивания власти и преступающей нормы прессы богата политическая практика и других развитых стран (мы умышленно не обращаемся к российской действительности, о которой в литературе сказано предостаточно критических слов). При разбирательстве британского инцидента упоминалось имя Сильвио Берлускони — итальянского премьер-министра и одновременно медиамагната. Ким Кэмпбелл — руководитель международных общественных организаций, в прошлом премьер-министр Канады — сообщает, что в Соединенных Штатах причиной для беспокойства являются изменения в законах, регламентирующих деятельность общественных медиа. По ее словам, «большие проблемы сегодня характерны даже для старых демократий, как, например, в Великобритании или Франции. В частности, во Франции видим слишком тесную связь между собственниками медиа и Президентом»¹³.

Ким Кэмпбелл обращает внимание на дополнительную угрозу коммуникационной свободе, которая гораздо реже, чем неблагоприятное поведение властей, становится предметом научного осмысления и общественного беспокойства. Она наблюдает, что в США «граждане с «правыми» взглядами смотрят Fox News, а люди с «левыми» взглядами — MSNBC. То есть люди предпочитают медиа, «играющие» на их убеждениях. В то время как СМИ, пытающиеся удерживать баланс, например CNN, теряют свою аудиторию. Сторонников же диалога становится все меньше. Хотя людям важно слышать также мнения, не совпадающие с их собственными, знать, что думаешь по тому или иному поводу окружающие»¹⁴. Возможно, степень этой опасности в Америке еще не настолько велика, чтобы придавать ей значение решающего фактора. Граждане США в массе своей на деле демонстрируют приверженность демократическим ценностям, при всех частных уточнениях и оговорках. Однако несомненно, что именно эта господствующая ценностная ориентация служит и опорой для либеральной политики государства, и своего рода контролером поведения властей в медиасфере. Если стереотипизированная заданность мышления (не так важно — «правая» или «левая») получает массовое распространение, то ценностная опора теряет прочность, и волевыми акциями правительства насадить духовную свободу не удастся.

Свобода в медиажизни должна сохраняться в полном объеме, не претерпевая каких-либо ограничений своего содержания, сужения до границ «удобного» пользования, сведения к стандартному набору технологических операций (вроде компьютерных «кликов») и пр. К слову, ей пристало существовать под собственным именем, которое в известном смысле гарантирует ей место в ряду мировоззренческих и нравственных категорий. Поэтому вряд ли следует признать оправданными лексические замены, происходящие в международном словаре. Так, один из европейских правоведов констатирует, что терминология начинает подвергаться изменению. «Термин “свобода информации” издавна считался общепринятым... Тем не менее “право на информацию” все чаще употребляется не только гражданскими активистами, но и государственными служащими». При этом, как разъясняет автор, под правом на информацию обычно понимают право доступа к информации, которой обладает государство¹⁵. Думается, что в этом случае как раз и происходит ограничение сущности свободы до важного, но отдельного ее проявления, не говоря уже о потребности человека в доступе к широкому диапазону информационных ресурсов, помимо государственных.

И все же: по поводу западных обществ можно, вероятно, говорить лишь о некоторой коррозии восприятия коммуникационной свободы как неотъемлемого достояния личности. В частности, исторический путь становления и эволюции Соединенных Штатов отмечен целенаправленным стремлением утвердить эту ценность в массовом сознании. В России же приходится считаться с тем, что ее история в гораздо меньшей мере способствовала формированию преданности императивам личной свободы, во всяком случае среди основных слоев населения. Причины тому следует искать в первую очередь в социально-политической сфере, а точнее — в необычайно затянувшемся, по сравнению и с Америкой, и с Европой, периоде государственного тоталитаризма. Это широко известные обстоятельства. Для наглядности сошлемся на впечатления французского аристократа де-Кюстина, посетившего Россию в правление Николая I: «...я ставлю себе... вопрос о царе и его народе и... не могу его разрешить. Но мне все же кажется, что здесь налицо обоюдное влияние. Нигде, кроме России, не мог бы возникнуть подобный государственный строй, но и русский народ не стал бы таким, каков он есть, если бы он жил при ином государственном строе. <...> Здесь все созвучно — народ и власть. <...> Да, можно сказать, что русский народ, от мала до велика, опьянен своим рабством до потери сознания»¹⁶. На родине самого путешественника за короткий срок сменили друг друга абсолютизм, революционное свержение королевской власти, реставрация монархии, и это значит, что республиканские традиции еще не успели пустить глубокие корни в обществе. Тем не менее он отчетливо видит разницу в самоощущении жителей двух стран: «Разве крестьянин из окрестностей Парижа, разве самый мелкий горожанин во Франции не во много раз свободнее, чем самый знатный вельможа в России?»¹⁷

Инерция подданничества сохранилась на столетия, хотя принимала самые разные формы. Само по себе это утверждение способно вызывать ожесточенные споры, но с уверенностью можно утверждать, что гости нашей страны в новые времена улавливали и улавливают смирение с существующим социальным порядком как характерную черту российского менталитета. Для примера обратимся к работе американского этнографа и психолога Нэнси Рис, которая в годы перестройки глубоко изучала спонтанное речевое общение российских граждан. Она исходила из теоретического положения о том, что бытовой разговор является главным механизмом, посредством которого формируются и поддерживаются во времени идеологические и культурные установки. Вот ее итоговые заключения: «По существу, ритуальным содержанием перестройки было “вытаскивание на свет божий” противостояния между властью и безвластием и выражение горькой печали по поводу этого противостояния... Едва ли упомянутая оппозиция нашла свое разрешение или исчезла во время перестройки. Скорее, она... воспроизводилась и получала подтверждение своей действенности... Сетуня и причитая... люди еще крепче срастались с той самой позицией пассивности, иронической отстраненности и жертвенности, благодаря которой они во многом и не могут избавиться от гнета властей и страданий»¹⁸. Весьма характерны и прямые сопоставления двух национальных социальных темпераментов: «пока я не поняла, что... это один из речевых жанров, способных воспроизводить парадигмы мышления, я все пыталась противопоставить им американские формы оптимистических (возможно, и наивных) речей, но неизменно наталкивалась на энергичное сопротивление»¹⁹.

Оценки сторонних наблюдателей могут показаться слишком категоричными и поверхностными, даже если они облечены в форму научных исследований. Сопоставим их с данными отечественных социологов, прямо относящимися к тематике коммуникационной свободы. ВЦИОМ подготовил для Общественной палаты РФ исследование «Индекс свободы слова в России». К работе были привлечены Фонд защиты гласности, эксперты общественных организаций и главные редакторы СМИ. Мы приводим результаты, полученные на пилотажном этапе в Воронежской области (2008)²⁰.

Организаторы проекта сопоставляли данные двух параллельных опросов — экспертов и основной массы жителей региона. Индекс свободы слова отражает количественное отношение оценок экспертов, как «владельцев проблемы», к мнению населения; при сходстве показателей он стремится к 0, при различии — к 1. Степень расхождения оценок экспертов и населения свидетельствует о том, насколько в общественном сознании распространены «фобии» (в случае отрицательного индекса — население обеспокоено больше экспертов) и «эйфории» (положительный индекс — население оценивает ситуацию лучше, чем эксперты). Из широкого спектра вопросов мы выбрали те, которые теснее всего связаны с личными коммуникационными свободами граждан.

В целом результаты свидетельствуют о том, что экспертное сообщество больше озабочено проблемами реализации свободы слова, а население — заметно меньше. В частности, наблюдается большое расхождение мнений о реализации конституционного права на беспрепятственное получение информации. Если эксперты ощущают существенное ограничение своего права (средняя оценка 41,2 из 100 возможных), то население оценивает ситуацию как вполне удовлетворительную (средняя оценка 75,1). Индекс рассогласования 0,8 дает основания говорить об «эйфории» в общественном сознании, иными словами — об отсутствии беспокойства или даже о беззаботности. Еще «благополучнее» население отвечает на такой вопрос: «Сталкивались ли вы со случаями, когда простые граждане вашего региона подвергались преследованию со стороны властей за высказывание убеждений, идущих в разрез с официальной идеологией, позицией региональных и местных властей?» Здесь показатель равен 82,0, тогда как эксперты дают число 63,8 (индекс рассогласования 0,3). Впрочем, одна из причин видимого благополучия, возможно, кроется в том, что граждане по большей части и не стремятся проявлять свободомыслие. К этому выводу приводит попытка социологов выяснить, всегда ли жители региона, чьи убеждения противоречат официальной идеологии, высказывают свое мнение открыто или чаще предпочитают молчать, опасаясь преследований. В оценке степени открытости высказываний граждане и эксперты почти единодушны — те и другие дают невысокий показатель около 50.

Дополнительные сведения представлены в таблице 2, куда мы включили статистику по некоторым другим темам, придав сопоставимые формулировки вопросам для экспертов и населения (они несколько отличались друг от друга в деталях).

Таблица 2

Индексы свободы слова в Воронежской области (выборочно)

Предмет оценивания	Оценки	
	Эксперты	Население
Общая ситуация в сфере реализации права на свободу слова	52,8	64,0
Доступность информации для населения (соблюдение права граждан на получение информации)	52,2	68,4
Реализация права рядовых граждан на свободу самовыражения	59,2	72-74
Открытость высказываний жителей региона об имидже властей	56,1	58,3

Приведенные дополнения подтверждают обоснованность сделанных ранее замечаний. Это относится и к весьма оптимистичному диагностированию населением общей ситуации со свободой слова, и к оценке меры своего использования информационных

ресурсов, и к осторожности, с которой граждане высказываются о деятельности властей. Между тем поводов для «эйфории» не так уж много: совокупный базовый индекс свободы слова в Воронежской области низок — 55,1, это даже меньше, чем в других областях, где выполнялся проект ВЦИОМ, — Новосибирской (60,1) и Калининградской (56,7). Добавим еще одно скептическое уточнение. В опросе отражены мнения, а не подлинная готовность населения к свободному поведению в информационной сфере и уж тем более не факты такого поведения. Мнения же имеют тенденцию показывать завышенную самооценку респондентов по сравнению с реальностью.

По нашему представлению, исследование ВЦИОМ отнюдь не рисует собирательный портрет гражданина, одержимого жадой личной коммуникационной свободы. Более того, мы вновь получаем свидетельства того, что свобода слова и информации воспринимается как **«ведомственная» ценность** — достояние и предмет заботы профессионалов медиасферы. Это, быть может, главный из консервативных стереотипов, тормозящих обустройство медиажизни на началах личной свободы. В том факте, что эксперты гораздо сильнее, чем население, обеспокоены положением вещей, нет неожиданных открытий: профессионалы глубже погружены в материал и стремятся обеспечить себе более благоприятные условия труда. Беспокоит, однако, то, что ими движут в первую очередь цеховые интересы, а не потребность найти союзников в основной массе населения. Пример с расширением функций Общественной палаты показал, что журналисты считают гарантами соблюдения информационных прав и свобод государственные институты и самих себя, тогда как взаимодействие с общественностью исчезает из их поля зрения.

Действительность последнего времени порождает новые характеристики состояния **ценностного сознания российских граждан**, и они дают не меньше поводов для тревоги, чем традиционная отстраненность от проблематики личных прав и свобод. Парадоксальным образом патриархальная инерция неучастия и ментального патернализма совмещается с новейшим индивидуализмом. Такие данные получены по итогам международного проекта «Европейское социальное исследование», посвященного базовым ценностям населения и охватившего 32 страны. Итак, «можно представить сегодняшнего среднего россиянина как человека, для которого, в сравнении с жителями большинства других европейских стран... характерна более высокая осторожность (или даже страх) и более выраженная потребность в защите со стороны сильного государства; у которого слабее выражены потребности в новизне, творчестве, свободе и самостоятельности и которому менее свойственна склонность к риску...»

Средний россиянин сегодня сильнее, чем жители большинства рассматриваемых европейских стран, стремится к богатству и власти, а также к личному успеху и социальному признанию (но при этом ни успех, ни способы его достижения не ассоциируются с новациями и творчеством). <...> Сравнение

России с другими европейскими странами явно свидетельствует, что у сегодняшнего среднего россиянина крайне слабо выражены надличные ценности, связанные с заботой о благополучии других людей, о равноправии и терпимом отношении к ним, а также с заботой об окружающей среде, и, наоборот, крайне высока значимость противостоящих им “эгоистических” ценностей»²¹.

Приведенная аттестация общих ценностных приоритетов точно соотносится с нашими наблюдениями, касающимися коммуникационной свободы. Более того, она помогает выявить подоплеку равнодушного отношения россиян к своему статусу в иерархии субъектов медиажизни. Глубинная и истинная сущность коммуникационной свободы открывается для человека через ценностно-смысловое ее понимание. Ценности же высокого порядка неразрывно связаны с устремленностью к общественному благу (точнее — с гармоничным слиянием личного и общественного), но не с рационально-эгоистической жадой индивидуального успеха, богатства, власти и т. п. Как раз на этом высоком уровне будут востребованы склонности к социальному новаторству и творчеству, которым, по данным социологов, сегодня не находится места в ценностном континууме среднего россиянина.

В исследовании примечательна и еще одна параллель с другими народами Европы. Оно разрушает стереотипное представление о западном человеке как о заложнике фатального индивидуализма (в отличие от нашего соотечественника). По крайней мере на оси «больше — меньше социального» типичный европеец занимает более высокую позицию по сравнению с российским гражданином. Очевидно, объективные потребности развития цивилизации требуют пересмотра доктрин рациональности и индивидуализма в пользу большей общественной солидарности. Значит, модель самодостаточного одиночки, выбранная многими россиянами для подражания Западу (или навязанная им), оказалась принципиально ошибочной и не соответствующей духу трансформации европейского сообщества. По этому поводу приходится говорить о растрате базовых ценностей, которые издавна были присущи народам России, а именно коллективизма и сплоченности. Аналитики ищут объяснение в макросоциальных переменах, произошедших с нашей страной. Они вынуждены признать, что «при сломе советской патерналистской системы государство полностью переложило свои социальные обязательства на плечи отдельного человека... Тот факт, что сегодня Россия по показателю “Выход за пределы своего «Я» — Самоутверждение” опережает почти все остальные страны, — симптом того, что сдвиг российского общества в сторону конкурентных ценностей индивидуального успеха, власти и богатства был чрезмерным, и установившийся сегодня в обществе баланс между ценностями конкурентного индивидуализма и солидарности не является оптимальным»²².

Медиажизнь встроена в «обычную» жизнь как в метасистему, и ее сущностные параметры не трансформируются в автономном режиме. Значит, ком-

муникационная свобода лишь в самом конкретном измерении «принадлежит» медиажизни, тогда как в основе она является функцией общего состояния социального мира. А он в свою очередь представляет собой сложнейшее переплетение национальной стратегии развития страны, политических и административных действий, организации экономических и социальных отношений и др. Господствующие нравственные и психологические установки населения становятся пусть и замедленной, но неизбежной реакцией на системные изменения социального мира и органично входят в его состав. При известных условиях они насыщаются ценностями общественного служения, гуманизма и демократии. Применительно к массово-информационным процессам это выражается, может быть, не столько в рациональных формах, сколько в ощущении доступности, внутренней потребности и необходимости свободного самовыражения, свойственном и профессионалам медиа, и их согражданам.

Полное неопределенности выражение «при известных условиях» требует пояснений и конкретизации. Мы не имеем возможности вдаваться в специальные социально-философские рассуждения, которые увели бы нас далеко в сторону от своей узкой темы. Договоримся считать условиями формирования общественного сознания и морального климата все те бесчисленные объективные обстоятельства, которые в совокупности образуют общественное бытие. То же происходит и в относительно частном случае — в ситуации возникновения ощущения коммуникационной свободы и потребности в ней.

Эти уточнения нужны нам для того, чтобы верно расписать роли тех или иных сил, причастных к формированию свободы личности в медиасфере. Тогда, в свою очередь, появится возможность выразить **функционально-ролевые различия** с помощью точных слов. Уместно ли, например, относить умонастроения населения к числу гарантий коммуникационной свободы? Думается, что для ответа надо учитывать довольно тонкие семантические оттенки, свойственные словам из одного лексического гнезда. *Гарантии* понимаются как ручательство и условия обеспечения, в прямом, формализованном виде. Метафорическое употребление слова, которое встречается в речевой практике, в данном случае оно затруднит решение во внимание, поскольку оно затруднит решение задачи. Гарантии складываются на бытийном уровне: политические, правовые, экономические, технологические. Соответственно, в качестве *гарантов* (поручителей, субъектов обеспечения гарантий) выступают социальные институты, обладающие правом принятия решений, от президента государства до районного судьи. Естественно, что общественное сознание в любой его ипостаси не может быть отнесено к гарантам. Но *гарантированность* как состояние, как мера устойчивости свободы определяется не статусом и полномочиями гарантов, а многомерной архитектурой всех реально действующих факторов, сказать иначе — течением медиажизни. Именно здесь находят свое место моральные установки, настроения,

психологические ощущения, социальные эмоции и пр. И именно они могут оказывать решающее воздействие — утверждающее, тормозящее или отрицающее — на гарантированность свободы.

Для демонстрации эффектов такого рода у российских авторов принято возвращаться к временам перестройки, когда подъем массового общественного энтузиазма фактически смел все официальные анти-гарантии демократических свобод в прессе. Подтвердить «перестроечные» выводы помогают примеры из еще более ранней истории страны — из периода так называемой хрущевской оттепели. Ветеран журналистики Ада Дихтярь вспоминает, с каким настроением в 1961 году в Целинном крае (Казахстан) работала редакция только что созданной газеты «Молодой целинник». Целину приходилось осваивать в краях, где располагались лагеря для политических заключенных, а среди них была и родственница журналистки. «И вот на наших глазах всему этому ужасу пришел конец, — пишет Дихтярь. — Ощущение свободы рождало привычку к свободе. Великую привычку к свободе! Говорить, что думаешь. Писать правду. Не врать во спасение... Но, как говорят, недолго музыка играла. На смену “оттепели” пришли “похолодания”, а потом и “заморозки”»²³. Текст журнальной публикации написан эпизодами редакционной практики под девизом «Писать правду. Не врать во спасение».

В мемуарной статье на удивление точно расставлены понятия и обозначены взаимосвязи факторов: новые политические веяния (гарантии от властных гарантов) породили ощущение свободы, отсюда — привычка к свободе как стимул профессионального поведения (гарантированность), а далее — снятие гарантий («похолодание» и «заморозки») и свертывание профессиональной деятельности (в данной фабуле — закрытие «Молодого целинника»). Вряд ли перед нами случайные впечатления отдельного автора — активный участник крупных исторических событий имеет в запасе достаточно жизненного материала, чтобы судить об их реальной логике. К тому же у нас есть возможность сопоставить приведенные воспоминания с другим источником. Вот что пишет Луиза Свитич, которая в те же годы работала в газете «Целинный край» и близко знала редакцию «Молодого целинника»: «Нашей журналистской работой мы по мере сил и таланта (а талантливы, поверьте, были почти все) старались усиливать заряд энтузиазма, обновления, свежего ветра, творчества в нашей целинной жизни. <...> Люди шли в газету за помощью, за поддержкой и всегда ее получали. Читатель любил целинные газеты и доверял журналистам. О таком доверии многие теперешние газеты могут только мечтать»²⁴. Полагаем, что какие-либо дополнительные свидетельства, вынесенные из того же исторического контекста, только усилят эффект совпадения оценок.

В ретроспективном отображении перед нами предстало синхронное изменение медиажизни и общего порядка жизни в стране. Хотелось бы из этого сюжета извлечь еще одно существенное наблюдение. Обе мемуаристики не ограничиваются печальной констатацией «увядания» политического и нравственно-

го климата, но на многочисленных примерах того, как в дальнейшем сложились биографии их товарищей, показывают, что **привычка к свободе** глубоко вошла в натуры этих людей. Едва ли не каждый целинный газетчик получил известность и уважение благодаря своим творческим достижениям, гражданской и профессиональной смелости, преданности идеалам молодых лет. Значит, искушение свободой и привычка к ней являются ресурсами долговременного действия, и они способны преодолевать инерцию гражданской пассивности, генетически законсервированную в психологии российского населения. Таким образом, требуется стимул в виде решительных изменений условий и смыслового содержания медиажизни, чтобы запустить процессы самовоспроизводства рефлекса коммуникационной свободы в сознании общества, лидерских социальных групп и отдельных граждан. Изменений в каком направлении и на какой концептуальной основе?

Ответы на эти вопросы надо искать в связи с генеральной концепцией трансформации общества. В России дискуссии о развитии страны в последние годы проходят под знаком комплексной модернизации. Поскольку детальная программа такой реконструкции пока не представлена общественности, проблема выбора для нее векторов и опорных точек остается открытой.

На наш взгляд, есть правда в словах тех аналитиков, которые предостерегают от копирования сценариев, уже освоенных в других государствах и настойчиво предлагаемых сегодня нашей стране в качестве базовой модели. В их число входит британский ученый К. Спаркс, специализирующийся на исследовании прессы стран Восточной Европы и России. По его словам, «преобладающая политологическая традиция трактовки социальных изменений в посткоммунистических обществах, которая обычно... называется “транзитологией”, ошибочна в своих основных положениях. Поскольку большинство исследований, касающихся СМИ, явно или неявно основываются на тех же основных положениях, многие из работ... не способны обобщить интересный фактический материал, который в них содержится. <...> Большая часть работ, лежащих в этом русле, может быть по справедливости названа “телеологическими”, поскольку в них подразумевается, что существовала некая определенная цель — демократия как она практикуется в странах-“родоначальницах”, т. е. в северо-западной Европе и Северной Америке, — к которой страны, находящиеся в состоянии перехода, с неизбежностью стремятся». Однако анализ действительного положения дел в Польше, России и Китае показывает, что «трудно поддержать любое из... главных утверждений транзитологии»²⁵.

Нередко встречаются и другие критические суждения, в части из которых поле анализа расширяется до мировоззренческой проблематики, заключающей в себе вопросы о путях развития цивилизации в целом. И они тоже имеют прямое отношение к выбору Российской стратегических приоритетов реформирования. Так, говорится, что «постиндустриальное развитие и

наступление эпохи, нередко именуемой эпохой пост-модерна, ставят развитые страны перед проблемами, с которыми неизбежно столкнется любое общество, совершившее модернизационный рывок на этот уровень развития.

А существует ли возможность начать антикризисную стратегию России... стремясь выйти на такие рубежи, где существующие проблемы позднекапиталистического постиндустриального общества уже определенным образом разрешены?

Такой подход предполагает, что методы экономической и социальной мобилизации ресурсов российского общества будут подчинены в первую очередь не задаче наращивания объемов производства, ускоренного экономического и технологического роста, а стремлению создать условия для самоосуществления человека. <...> Экономический рост и улучшение жизненного стандарта станут в такой системе своего рода побочным продуктом свободного развертывания творческих усилий людей.

Имеет ли Россия потенциал для осуществления такого, кажущегося полужанитаристическим проектом? Да, имеет, но очень ограниченный»²⁶.

Нам представляется, что фундаментальная гарантированность коммуникационной свободы лежит в плоскости тех парадигмальных перемен, о которых говорит автор. Решение задачи облегчается тем обстоятельством, что технологические предпосылки в медиаотрасли достигли высокой степени зрелости. Информационно-коммуникативные технологии получают, фактически, повсеместное распространение, и их активное освоение стало стандартом медиажизни, как отмечалось выше. Дело за тем, чтобы в исследовательской и организационно-практической работе переместить внимание на «человеческий» фактор медийных отношений и в первую очередь — модус поведения «среднего» человека, творца индивидуальной, собственной медиажизни. Не исключено, что, по диалектическим законам, такое преобразование массового медиаповедения окажет встречное воздействие на всю систему общественных отношений, подталкивая ее в направлении «очеловечивания». Возможно, тогда и весь проект прорыва на качественно новый уровень цивилизации перестанет казаться полужанитаристическим.

г. Санкт-Петербург

Примечания:

1. Статья написана по материалам исследовательского проекта Минобрнауки РФ № 2.1.3/11342. Развернутую трактовку понятия коммуникационной свободы см.: Корконосенко С. Г., Кудрявцева М. Е., Слуцкий П. А. Свобода личности в массовой коммуникации / Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 2010.

2. D'Inka, Werner. Journalism between Public Mission and Market Orientation // *Shaping Tomorrow's Media Systems* / Elena Vartanova, Yassen N. Zassoursky (Eds). Moscow, 2004. P. 68.

3. Löffelholz, Martin, Rothenberger, Liane. The Diversity

of Scholarship on Journalism. How Journalism Journals Reflect Theories, Methods, and Topics of Journalism: Research — a Content Analysis (2008 — 2009) // *Diversity of Journalism. Proceedings of ECREA/CICOM Conference*, Pamplona, 4-5 July 2011 / Ramón Salaverria (Ed.). Pamplona (Spain), 2011. P. 198-199.

4. Ibid. P. 201, 206.

5. Ibid. P. 208.

6. Симптоматично, что об этом феномене размышляют и другие известные ученые, хотя они используют иную терминологию. «Думая о коммуникативном городе» — так голландский профессор Сиз Хамелинк назвал свое недавнее выступление на крупном международном форуме: Hamelink, Cees. Thinking about the Communicative City // *Cities, Creativity, Connectivity: IAMCR 2011 conference*. July, 13 — July 17. Istanbul, 2011. P. 31.

7. Silverstone, Roger. Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis. Cambridge, 2007. P. 5-6.

8. Deuze, Mark. The Media Logic of Media Work // *Journal of Media Sociology*. 2009. Vol. 1, Number 2. Winter/Spring. P. 23-24.

9. Löffelholz, Martin, Rothenberger, Liane. Op. cit. P. 205.

10. Опрос о контроле над СМИ Института Региональной прессы. 14.12.2005. URL: <http://www.lenizdat.ru/a0/ru/rml/c-1036497-0.html>. Проверено 3.08.2011.

11. Попович М. В. Личность и свобода: культурные стандарты // Национальное самосознание народов стран СНГ и Балтии: роль общих культурных основ / Отв. ред. С. А. Никольский. М., 2010. С. 17.

12. Оверченко М. Дэвид Кэмерон: политика и СМИ срослись // *Ведомости*. 2011. 8 июля.

13. Томак М. Ким Кэмпбелл: Внедрение инноваций невозможно без реализации свобод. URL: <http://www.debaty.org/print/ru/article/436>. Проверено 12.08.2011.

14. Там же.

15. Мендел, Тоби. Свобода информации: сравнительное правовое исследование. Второе изд., испр. и доп. Париж, 2008. С. 3.

16. Маркиз де-Кюстин. Николаевская Россия. М., 1990. С. 51-52.

17. Там же. С. 91.

18. Рис Н. «Русские разговоры»: Культура и речевая повседневность эпохи перестройки / Пер. с англ. Н. Н. Кулаковой и В. Б. Гулиды; предисл. И. Утехина. М., 2005. С. 318.

19. Там же. С. 202-203.

20. URL: www.oprf.ru/files/Svoboda_slova_Voronezh.ppt. Проверено 17.08.2011.

21. Магун В., Руднев М. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // *Вестник общественного мнения*. 2008. № 1. С. 47.

22. Там же. С. 47-48.

23. Дихтярь А. Привычка к свободе. Наши головы кружила вольница оттепели // *Журналистика и медиарынок*. 2011. № 3. С. 20.

24. Свитич Л. Г. Целинная журналистика времен хрущевской оттепели. М., 2009. С. 44-45.

25. Спаркс К. СМИ Польши, России и Китая после эпохи перехода // *СМИ в меняющейся России* / Под ред. Е. Л. Вартановой; науч. ред. И. Д. Фомичева. М., 2010. С. 296-297, 322.

26. Колганов А. Три модернизации в России и наше время // *Журнал «Золотой Лев»*. № 69-70 - издание русской консервативной мысли. URL: http://www.zlev.ru/69_64.htm. Проверено 16.05.2011.



В. Олешко

Журналистика: от факта к смыслу

Скандал с британским таблоидом «News Of The World» разделил медийный мир на период «до» и «после» обнародования фактов со скандалом вокруг незаконного прослушивания телефонных разговоров звезд. Последний номер газеты появился в продаже в воскресенье, 10 июля 2011 года, а уже на другой день в ряде СМИ появились сообщения, что причиной закрытия одного из старейших изданий, выходившем с 1843 года, стали не только эти факты, но и «прослушка» телефонных разговоров британского премьера Дэвида Кэмерона. Мне же сразу вспомнился эпизод из культового российского фильма «Ширли мырли», когда в разговор президентов СССР и США вклинивается некий представитель мафии и с характерным одесским говорком начинает комментировать их переговоры...

Комедийная фантазмагория, оказывается, была близка от истины. Просто сценаристам и режиссеру в голову не могло прийти, что результаты, полученные в ходе подобных «прослушек», можно потом даже распространять по миру — эксклюзивная информация! Простой факт: в 2011 году интернет-сервис Mondo Times признал издание «News Of The World» англоязычной газетой с самым большим в мире тиражом. И вот конкретные журналисты, их издатель, в целом журналистика как социальный институт, что называется, «вляпались».

Как мне кажется, сегодня дискуссия по поводу аксиологической, смыслоценностной составляющей современной журналистики не просто актуальна, но имеет и прикладной характер. По крайней мере, в связи с тем, что общество нужно не просто информировать, но и доказывать практически каждому представителю мирового сообщества, что есть разные типы СМИ, разные виды массовой коммуникации, различные, наконец, цели и способы зарабатывания денег в нашей профессии. «До» истории, точнее будет сказать — скандала с «News Of The World», это зачастую казалось многим людям было важно только с точки зрения теории журналистики, «после» — взволновало миллионы. Точно также, как чуть позднее, вызвали не просто волнение, а острую настороженность истории с обнародованием данных посетителей Интернет-магазинов на «Яндексе». У нас в Екатеринбурге длительное время в свободном доступе были данные о нарушителях правил дорожного движения со всеми их персональными данными...

Общество вдруг осознало: информационная открытость без правил и разумных ограничений (по крайней мере, относительно персональных данных) становится похожим на автомобиль, мчащийся с горки с отказавшими тормозами. Сегодня грань между журналистикой, пиаром, лоббистской деятельностью СМИ и политической рекламой бывает в повседневной деятельности медийщиков порой столь зыбкой, что один и тот же человек нередко в течение

короткого времени выполняет самые различные функции — чаще всего не по своей воле.

Это к тому, что проблематика этики профессии, и в целом аксиологии журналистики многогранна, а в современных условиях к тому же тесно взаимосвязана не только с морально-этическими компонентами, но и теми, которые можно было раньше считать периферийными. Дискурс профессиональной культуры журналиста и методологические подходы к пониманию её сущности, на наш взгляд, позволяют систематизировать большинство из представленных в литературе точек зрения на данную проблематику и современные тенденции развития нашей профессии. И ключевым при этом, конечно же, будет понятие культуры. Ведь она не только средство социализации — приобщение человека к социуму, к общественному целому, но и индивидуализации — обретение личностью своего неповторимого «Я». Культура превращает социальный опыт поколений в индивидуальный и наоборот.

Вышеизложенное, на наш взгляд, позволяет зафиксировать становление профессиональной группы (в нашем случае журналистов) не только в качестве творца и субъекта профессиональной культуры, но и субъекта социального действия.

Предметом профессиональной культуры журналиста и предметными зонами являются: становление, динамика и формы, способы, технологии взаимодействия с аудиторией не только его, но и других субъектов массово-коммуникационной деятельности. А также учёт взаимовлияния в контексте реализации интересов, как индивидуумов, так и социальных институтов, организаций, структур, систем. При этом нельзя не брать во внимание и другие составляющие, как-то: творческие процессы, поведение личности, тенденции и противоречия изменения современного общества в целом как системы при информационном обмене и взаимодействии данного рода.

В целом же аксиологические основания в рамках дискурса профессиональной культуры журналиста лучше всего представить в их совокупности, поэтому остановимся не только на тех теориях, которые сублимируют современную коммуникационную практику, но и попытаемся обнаружить некий методологический потенциал среди других концептуальных подходов, прежде всего — социологических. Как нам кажется, это очень важно сделать, намечая перспективы исследований данного рода проблематики¹.

Отметим, что С.Г. Корконосенко, говоря о некоем пренебрежительном отношении к теоретическому (и конкретно с использованием методов социологии) осмыслению фактов объективной реальности, свойственной зачастую репортерам-практикам, замечал, что «оно в равной мере подстерегает исследователей СМИ, если они позволяют себе отвлечься от сложнейшего социального контекста, в котором, помимо нашей воли, растворена пресса — со всеми предпо-

сылками ее возникновения, содержанием текстов, причинами успеха и провала, эффектами деятельности. За порогом такого пренебрежения развивается явление асоциальности прессы. Журналистика как бы отворачивается от общества, конструирует «вторую» информационную реальность, по субъективным основаниям творит и сокрушает кумиров — т.е. демонстрирует свое непослушание обществу, свою равновеликость ему или господство над ним. Асоциальность получила и другую форму существования — в виде замкнутости прессы на интересах, ценностях, жизненном опыте квазиэлитарной журналистской корпорации².

Анализ аксиологических компонентов современной журналистской практики с использованием методов социологии, как нам кажется, — весьма перспективный путь получения эмпирических знаний. Другое дело: знакомы ли молодые ученые с содержанием и основными направлениями исследований представителей различных научных школ? Позволим себе краткий экскурс и описание основных взаимопересекающихся с медийными компонентами составляющих.

Так, следует напомнить, что в рамках **позитивистского подхода** в социологии общество чаще всего рассматривается как набор неких механически взаимосвязанных переменных. А целью социальных исследований является в первую очередь описание закономерностей человеческого поведения. Этот подход приводит к концептуализации культурных символов в качестве «черных ящиков», смыслы и взаимоотношения которых не требуют анализа. Понятие «черных ящиков» в позитивистских исследованиях, если брать прежде всего искусство, или в целом результаты любой творческой деятельности индивидуумов, имеет два аспекта³.

Первый заключается в том, что данного рода отношение позволяет описывать взаимодействие, допустим, между обществом и искусством непосредственно, и утверждать, что произведение искусства напрямую отражает или формирует социум. С определенными, конечно, оговорками этот подход можно распространить и на журналистику как социальный институт.

Второй аспект предполагает, что те или иные элементы, результаты, продукты творческой деятельности как таковой остаются неисследованными по объективным причинам. Многие из социологов искусства, действующих в данной парадигме, считают, что такие понятия, как эстетика и значение, недоступны эмпирическому анализу. А значит, изучение их является уделом историков, культурологов, философов, которые смогут это сделать «на расстоянии» или абстрагировавшись от реальной действительности. Социологи же, если обратиться к предмету нашего анализа — журналистике, могут исследовать, например, демографические характеристики той или иной аудитории СМИ, проводить общий или тематический контент-анализ текстов или, к примеру, пытаться выяснить степень влияния журналистики на различные институты общества. Позитивистская традиция, кон-

цепция «черных ящиков», безусловно, важны в рамках системного анализа той или иной проблематики. Однако другие темы неизбежно требуют обращения к понятиям смысла и значения.

Понимающая/интерпретативная социология, вслед за М. Вебером и герменевтиками, напротив, основной своей задачей ставит исследование субъективных смыслов. Каковы смысл и значение конкретного произведения искусства или продукта творческой деятельности журналиста? Любой из них может рассматриваться в качестве текста или совокупности аудиовизуальных материалов, несущих некоторый смысл. Под воздействием каких факторов этот смысл формируется и как он влияет на социальное поведение индивида или представителей того или иного социума? Данный подход наиболее часто используется при изучении аудитории конкретных СМИ и в исследованиях эффективности деятельности коммуникаторов различного типа⁴. Наиболее распространенные методы анализа здесь — это глубинное интервью и включенное наблюдение.

Методы **критической социологии**, концентрирующейся на классовой борьбе и физическом, и ментальном контроле, который осуществляют элиты над массами, по отношению к проблеме формирования и развития профессиональной культуры современного журналиста, могут быть применены на наш взгляд опосредованно. Так, положения марксистской теории, развитые в теориях культурного контроля, позволяют предположить, что журналистика как одна из форм социального контроля в современных экономических условиях развития СМИ имеет специфические формы выражения. Достаточно вспомнить призывы ряда российских политиков активнее распространять требования антимонопольного законодательства и на сферу массовой коммуникации. Ведь здесь зачастую в руках отдельных юридических или физических лиц бывают сконцентрированы все ведущие СМИ. Особенно это касается, конечно, провинции, где многопрофильные информационные холдинги, с которыми трудно конкурировать политически нейтральным субъектам, стали обычным явлением. В теории журналистики и в среде практиков все громче звучат в связи с этим призывы зачастую абстрактные «информационные отношения СМИ и аудитории» заменить «партиципаторными» (отношения участия в формировании повестки дня СМИ и их контента)⁵.

В русле данного направления можно анализировать отдельные продукты журналистской деятельности с точки зрения критики «массовой культуры». Массовая пресса — «желтые издания», гламурные/глянцевые журналы с надуманными, а то и откровенно выдуманными «историями», псевдосенсационные расследования и скандалы в электронных СМИ, бесконечный вал ток-шоу на мелкобытовые темы, нескрываемая физиологичность и эротика — это далеко не полный перечень того, что может быть объектом данного рода критики.

В рамках социологии СМИ актуальны в связи с вышеназванными, а также рядом других тенденций «массовизации» также исследования, проводимые

в отношении коммуникаторов (индивидуальных и безличных) к различным формам социальной дифференциации — возрастным, идеологическим, половым, расовым, сексуальным и ряду других. Особое направление — влияние еще только формирующейся Интернет-культуры на процессы социализации и формирование смыслоценностных установок людей и различных социумов.

Постмодернистские теории также играют важную роль в исследованиях культуры и, в частности, эффективности массово-коммуникационной деятельности. Как и понимающая социология, постмодернистское течение реализуется в основном в изучении аудитории, а также проблем восприятия и потребления продукции СМИ. Исследования в этом направлении связаны, в частности, с новым типом социальной дифференциации на основе «шкалы доходов и возможностей», «стиля жизни», «моды на коммуникаторов», с влиянием различных факторов на социальную идентичность.

Среди множества направлений и подходов к исследованию различной культурной продукции — в том числе, конечно, и массово-коммуникационного творчества, следует выделить два: отражающий (*reflection approach*) и формирующий подходы (*shaping approach*).

В основе первого лежит общее положение марксистской теории о том, что культура, искусство, журналистика являются своеобразным зеркалом общества (если быть точным, то культура и идеология — надстройка, которая является отражением экономических отношений в обществе — базиса). Приверженцы данного подхода используют различные исследовательские техники и стратегии. В частности, исследователи искусства чаще всего используют интерпретативный анализ (Е. Хельзингер), контент-анализ (Л. Ловенталь), структурный семиотический анализ (В. Райт), качественный анализ произведений и интервьюирование аудитории (Э. Гоффман, Р. Энтман, А. Рожечки и другие).

Применимы ли они к массово-коммуникационному творчеству? По большей части — да, но с определенными оговорками. Интерпретация, к примеру, может быть очень субъективной (хотя бы, исходя из идеологических установок актора), и во многом ее «тональность» может быть определена выбором для анализа тех журналистских произведений, которые поддерживают его точку зрения. С другой стороны, существует и такое мнение, что те, кто предпочитает контент-анализ, часто теряют социальный контекст исследования или даже упрощают его проблематику — в качестве цены за систематизацию большого объема данных. Неоднозначный ответ дают исследователи и на вопрос по поводу конкретных случаев применения количественных (стандартизированных) и качественных методик. Так, по мнению Дж. Хэмилтона⁶, качественную технику (под ней он подразумевает методы исследований человеческих мотиваций) целесообразно применять в следующих случаях:

чтобы определить причины, лежащие в основе человеческого поведения, которые не поддаются

выявлению путем прямых вопросов, такие мотивы, о которых потребитель (в нашем случае — читатель, радиослушатель, телезритель. — **В.О.**) не подозревает сам, которые он не может выразить или не желает признать;

чтобы провести начальное исследование рынка и категории товара (в нашем случае товаром для аудитории является продукция конкретных СМИ. — **В.О.**) или разработать концепцию, прежде чем проводить количественные исследования;

чтобы получить ясную картину и лучшее понимание там, где обычные исследования не дали результатов;

чтобы дать толчок собственной творческой активности, например, для поиска образных выражений, которыми в реальной жизни пользуются потребители (аудитория того или иного масс-медиа. — **В.О.**).

Следующий подход — формирующий. Говоря о формах общественного сознания, отметим сразу, что все они в той или иной степени взаимосвязаны. К примеру, философия и религия, политика и право.

Один только пример в развитие данного тезиса. Возвращение к церкви многих россиян, как нам кажется, обусловлено не столько исторической преемственностью поколений и традициями, которые были в советское время нарушены, не только стремлением обрести веру и духовную опору, сколько превалированием в нашем обществе иррационального опыта. Обусловлено это ситуацией, когда у государства нет идеологии или она неявно выражена. По меткому выражению политолога Н. Попова, от Маркса мы ушли, а к Христу ещё не пришли.

Иррациональность широко представлена и в морали, нравственности. А также, разумеется, в искусстве, как «пограничной» — ведь здесь соседствует реальное с вымышленным — форме общественного сознания. В определенной мере эта характеристика принадлежит и журнализму как одной из форм отражения действительности. Причем, журналистика среди самых оперативных и действенных способов влияния на развитие как вышеназванных, так и иных форм общественного сознания. Хотя бы в плане популяризации концепций, идей, взглядов и точек зрения субъектов различных видов социальной деятельности.

Впрямую же проявления иррациональности в журналистике можно соотнести хотя бы с составляющими понятия «игрореализация» или с влиянием так называемого «реального телевидения». В ряде исследований по проблемам эффективности СМИ наглядно показано, что определенная часть постоянной аудитории зачастую соотносит свои интересы, потребности, мечты не с реальной жизнью, а с тем, что предлагают в качестве картины жизни средства массовой информации⁷. Иррациональный опыт, приобретаемый, допустим, девушкой из глубокой провинции с помощью телевизионной истории об очередной Золушке, превратившейся в Поп-Диву, или преуспевающую Бизнес-Леди, или Жену бизнесмена со всеми атрибутами «красивой жизни», по сути, мало

чем отличается от «сна наяву», или внезапно посетивших «откровений», описанных идеологами Четвертого пути⁸.

Массовая коммуникация, журналистика нередко являются единственным способом доведения всего этого объема разнообразной информации, особенно новейшей, тех или иных идей, взглядов, точек зрения, существующих в различных социумах, до широкой аудитории. Особенно это касается искусства, где без общественного обсуждения при посредстве телевидения трудно добиться признания. Следовательно, мы можем, с определенными оговорками, попытаться спроектировать существующие, например, в рамках социологии искусства описательные теории на профессиональную культуру журналиста.

Так, в русле формирующего подхода ряд этих теорий объединяет предположение, что, искусство оказывает значительное влияние на общество и способно выполнять ряд функций культурно-идеологического, просветительского, воспитательного характера. Как и отражающий, формирующий подход представляет отношение между обществом и искусством в качестве простого, прямого и непосредственного. Нередко теоретики обращают внимание и на негативное влияние искусства на тот или иной социум. Думается, в ряде случаев эти теоретические постулаты могут быть использованы как методологическая основа и для анализа новейшей медийной практики. Так, например, в теории журналистики при традиционных подходах остается пока без внимания оценка «провоцирующей» роли СМИ. В литературе при анализе понятия «философия новостей» нами уже была сделана попытка рассмотреть случаи, когда та или иная публикация, телерепортаж, серия материалов или журналистская акция способствовали созданию ненужного ажиотажа, а иногда и служили катализатором ассоциальных действий⁹. Возможно ли вообще такое — телевидение в роли провокатора тех или иных действий? Ответ на этот вопрос ищут психологи, но его нет пока в теории журналистики, поскольку специальных исследований по данной проблематике в нашей стране системно не проводилось. Убеждены, подход с точки зрения профессиональной культуры журналиста, был бы здесь наиболее результативным.

Влияние, разумеется, может быть нейтральным или, напротив, положительным. Культурологи приводят показательный факт: фильмы об Индиане Джонсе, например, удивительным образом увеличили число студентов, изучающих антропологию в американских университетах. В истории советского журналистского образования аналогичный случай напрямую связывали с фильмом Сергея Герасимова «Журналист». Мы же можем в данном случае привести достаточно много примеров выполнения российскими средствами массовой информации пропагандистских функций. Причем примеров, как положительного свойства, так и негативного. Впрочем, нас интересует методологическая сторона подобных исследований.

Еще один аспект возможного направления исследований массово-коммуникационной практики с точки зрения формирующего подхода — анализ раз-

личных форм культурного контроля. С точки зрения социологии искусства, гегемония элиты общества воплощается, например, в том, что элита играет главную роль в создании и распределении культурных продуктов. Это позволяет ей закладывать в искусство именно те идеи, которые выгодны ей. Или формировать «ложные потребности» в потребителях (к примеру, в рекламе).

В связи с этим необходимо отметить: достаточно много литературы, рассматривающей отрицательное воздействие массмедиа на аудиторию. В ней подчеркивается всепроникающий характер СМИ, что они обладают большой властью, представляя в нужном свете то, что выгодно учредителям, владельцам или тем, кто за ними стоит. Но чаще всего речь идет о частных примерах или событиях «минувших дней». Однако остается совершенно неисследованной, допустим, стратегическая составляющая медийной практики. Хотя, справедливости ради, нужно отметить, что существует и иная точка зрения на эту исследовательскую проблему. Так известный западный ученый Н. Аберкромби пишет, что «влияние медиа на аудиторию безусловно существует, но оно кратковременно, длительные исследования аудитории практически невозможны, помимо сложности самого даже определения, что именно следует измерять»¹⁰.

В противовес «отражающим» подходам, в которых культура, искусство, журналистика представляются и описываются чаще всего в качестве своеобразного зеркала общества, конечно же, активно развивались и те, где представлено более сложное многообразие связей. Так В. Грисвольд разработала модель «культурного алмаза»¹¹. «Культурный алмаз» имеет четыре вершины: произведения искусства, создатели искусства, аудитория (потребители) и общество. Каждая из вершин связана с тремя остальными. Чтобы исследовать произведение искусства социологически, в расчет необходимо принимать каждый раз все имеющиеся типы связей.

«Культурный алмаз» не является теорией, — пишет по этому поводу М. Горностаева, чью публикацию реферативного характера мы цитируем. — Это эвристическая модель, метафора, стремящаяся привлечь внимание к необходимости синтетического, одновременного видения проблемного поля, а значит, и обеспечить большую объективность исследований, поскольку без учета всех связей между его составляющими одна или же несколько сторон исследуемого объекта «западают». Это очень хорошо показал В. Александер, аргументируя, что, несмотря на согласие с тем, что «искусство должно изучаться в целом», большинство авторов сосредотачиваются на его производстве либо же потреблении, игнорируя множество аспектов» <...>. Сам он, дополняя модель «культурного алмаза», вводит в него еще одну грань, а именно, дистрибьюторы¹².

Для теории и практики журналистики подобная методология, на наш взгляд, является приемлемой и важной по многим причинам. Во-первых, сопряжение по принципу «алмаза», как нам кажется, поможет увидеть синтетические связи между конкретным

журналистским произведением, его автором, аудиторией данного СМИ и обществом в целом. Во-вторых, подход с точки зрения профессиональной культуры журналиста, как мы уже отмечали, предполагает акцентирование не только на личности творца, мировоззренческих и этических аспектах, но и на технологиях его деятельности, на её результативности и т.д. Следовательно, подобный синергизм поможет исследователю от частного переходить к общему. В-третьих, дополнение «алмаза» ещё одной гранью — дистрибьюторами (продавцами, распространителями продукции СМИ) — поможет в рамках нашей концепции попытаться найти ответ на актуальнейший вопрос современной журналистики: не является ли в российских условиях утопической сама идея существования средств массовой информации только на собственные средства? Кому это нужно в большей степени: журналистам, аудитории, обществу? Если дотации — то опять же кому, за что, в какой форме, и играет ли при этом роль мнение аудитории конкретного СМИ? Какими в этом или в других случаях должны быть тогда по содержанию журналистские произведения? Как видим, даже стадия формулирования данного рода вопросов может вызвать в нашем профессиональном сообществе дискуссию. Но убеждены, отвечать на них нужно, чтобы, по крайней мере, быть честными не только перед собой, коллегами по цеху, но и перед своими читателями, телезрителями, обществом в целом.

Исследовательское поле социологии искусства, если исходить из модели пятигранного «культурного алмаза», очень близко, как нам кажется, именно подходу с точки зрения постановки проблем профессиональной культуры журналиста.

Все вышеперечисленное в формате дискуссионного обсуждения можно дополнить также и такими не менее актуальными компонентами аксиологического характера, как «включенность журналиста в сложную сеть социальных отношений», «индивидуальное и коллективное в журналистике», «закон о СМИ/устав СМИ и правила игры по нему», «корпоративная журналистика: спонсорство или диктат?», «есть ли права у фрилансера?», «карьерный рост журналиста — что это такое?», «кто в журналистике фильтрует «базар /дискурс?» и много других.

Не менее важны, на наш взгляд, и общеметодологические подходы, связанные с факторами, изменившими характер технологий творческой деятельности человека. Ведь все больше, допустим, в дизайнерской деятельности СМИ, web-творчестве предполагается, что для создания оригинальной, современной формы того же печатного издания нужны не столько талант и специальное образование, сколько знание соответствующих компьютерных техник, использование возможностей различных программ, поисковых систем и пр.

При этом не забудем ещё одну сторону «алмаза» — потребление продукции. Социологи и культурологи здесь выделяют три направления исследований: изучение восприятия, изучение аудитории и исследование социальных границ между слоями общества в их отношении, к примеру, к конкретным произведе-

ниям и искусству в целом. С точки зрения исследования масс-медиа — это, наверное, наиболее изученная в теории проблематика. Хотя семиотический анализ кодирования и декодирования медиатекстов, обнаружение и описание «результативных» смыслов, исследования проблемы влияния СМИ на формирование и развитие субкультур потребителей (особенно молодёжных и пользователей сети Интернет) — вряд ли можно определить как исследования, исчерпавшие ресурс открытий, особенно в рекомендательной их части. По мнению зарубежных экспертов, в последние годы популярными стали и исследования так называемой «активной аудитории»¹³. Можно вспомнить, в связи с этим, что в 90-е годы в этом направлении очень успешно работали белорусские социологи СМИ¹⁴.

Многие исследования аудитории концентрируются на неодинаковом восприятии одного и того же культурного продукта, например, телепередачи, аудиториями с разными национальными, расовыми, групповыми, гендерными, сексуальными и другими характеристиками, прослеживая, как эти различия определяют разницу смыслов и подходов к восприятию данного объекта. Основная дискуссия в исследовании восприятия, как правило, разворачивается вокруг вопроса: до какой степени смысл определяется текстом и до какой — аудиторией.

Итак, если журналистика должна вносить смысл в жизнь, а не являть только набор фактов (зачастую, случайных или преднамеренно выстроенных кем-то) о ней, то резонен вопрос: «Что значит вносить смысл в жизнь?» Его можно охарактеризовать не только как философский или этический, но и отнести к профессионально-прагматическим. Ответ, на который позволяет журналисту осознанно относиться к своей профессии и к тому, что он делает ежедневно. А в качестве критерия качественного насыщения значимости и ценности для любого человека или представителей того или иного социума массовой информации, транслируемой конкретным журналистом или СМИ, можно взять предложенную М.М. Бахтиным систему ценностей действительной жизни и культуры. В эту систему входят, как известно, научные, эстетические, политические (в том числе этические и социальные) ценности, а также ценности религиозные. Они должны сочетаться, по мнению философа, с эмоционально-волевым и центральными моментами: «Я-для-Себя», «Другой-для-Меня», «Я-для-Другого»¹⁵.

Конкретный человек является «ценностным центром», но для получения объективной ценностной реальности необходимо дать возможность создания «ценностным центром» диалогических отношений с опорой на систему основных ценностей. Отсюда вытекает, что коммуникация и должна быть своеобразным испытательным временем-пространством для проверки этих взаимосвязей структуры и ее элементов, что и составляет сущностно-содержательную сторону нового. В итоге — если в информации не присутствуют эти диалогические выходы на ценности действительной жизни и культуры, то она менее насыщена информационно и в лучшем случае развивает

«обширную», а не «глубокую» культуру человека (термины А. Моля), или несет сугубо гедонистические функции. В работе «Автор и герой в эстетической деятельности» М.М. Бахтин акцентировал также внимание на том, что каждый поступок определяется предметными мирами ценностей — от узко практических (жизненно-житейских) до узко этических, то есть в непосредственном отношении к добру и злу.

В этом же аксиологическом (ценностном) аспекте понимал творчество, художественную коммуникацию А.Ф. Лосев, однако главной ценностью творческого коммуникативного акта мудрый философ считал именно борьбу за смысл. В 1985 году была опубликована беседа с ним под названием «В поисках смысла». А.Ф. Лосев ставил здесь проблему соотношения смысла и факта, несколько изменяя основную формулу и проблему аксиологии — соотношения ценности и факта. Подразделяя науки на «науки о смысле» и «науки о фактах», он писал: «Факт ведь тоже есть смысл — по той простой причине, что нет вообще ничего кроме смысла. Однако факт есть особый смысл... Именно факт есть меонизированный смысл, смысл в «ином», в инобытии, непрерывно и сплошно текущий и изменяющийся смысл»¹⁶. Формулировку «факт как представленность бытия в ином» в дальнейшем конкретизировал и развил в своих философских работах Н. Рыбаков, а её оригинальную проекцию на журналистскую деятельность выполнил представитель уральской школы журналистики В.Н. Фоминых.

Тот факт, что современная журналистика оказалась на перепутье, неоднократно уже обсуждался профессиональным сообществом. Генеральный секретарь Международной Федерации журналистов Айдан Уайт на знаковой во многом конференции «Будущее журналистики в Восточной Европе» (Москва, декабрь 2010 г.), состоявшейся вскоре после ошарашившей общество истории с «Викиликс», в своем докладе подробно остановился не только на ней. Вскрыв фундаментальную слабость Интернета, который может предоставить людям миллионы официальных документов, но не в состоянии предложить обществу контекст, анализ и комментарии, которые помогли бы разобраться в существе затронутых проблем, он далее отметил: «В течение этих последних дней случилось возрождение общественного доверия к журналистике, основанной на фактах, этических принципах и демократических ценностях — то есть к журналистике как общественно полезному явлению... Нам, журналистам, необходимо восстановить нашу связь с обществом. Нам нужно выстроить новые контакты с гражданским обществом. Мы должны выработать такие формы журналистики, которые будут эффективно содействовать решениям проблем общества. Мы должны восстановить веру в ценности толерантности и плюрализма. Иными словами, мы должны воссоздать журналистику, как общественное благо... Если мы будем действовать с чистыми руками и сохранять приверженность этическим ценностям, что, по сути, отличает журналистов от шума и мусора блогов и социальных сетей, мы только выиграем доверие общества»¹⁷.

Следовательно, дискуссия по поводу ценностей современной журналистики и достоинств журналиста, не просто актуальна, она имеет прикладной, точнее сказать — смыслоценностный характер для каждого, кто хочет заниматься журналистикой. В целом же проблема профессионализма журналиста во многом определяется, конечно же, не только аксиологическими составляющими. В их число можно включить прежде всего и такие, как:

- ярко выраженный социальный характер деятельности;
- обособление журналистики от литературно-творческого процесса;
- все большая технологизация и конвергентный характер данного рода деятельности;
- видимая результативность;
- и ряд других.

Мы же акцентировали внимание на вышеизложенной проблематике в силу того, что события, с описания которых мы начали данную статью, заставили профессиональное сообщество еще раз задуматься о том, что этика — это не просто свод правил, которые ты волен выполнять или не выполнять. Это, в первую очередь, — смысл профессии, того ЧТО ты делаешь и РАДИ ЧЕГО?

г. Екатеринбург

Примечания

1. Отметим, что тема «Аксиология журналистики информационной эпохи» активно разрабатывается исследователями Санкт-Петербургского университета, в частности, В.А. Сидоровым. Данным автором и под его редакцией опубликовано уже немало трудов по этой теме.
2. Цит. по: Электронный ресурс : (<http://evartist.narod.ru/text9/51.htm>). — (дата обращения 1 августа 2011 г.).
3. Здесь и далее мы используем для анализа реферативный материал, обобщенный в публикации: Горностаева М.В. Искусство как социологическое явление. О некоторых современных концепциях в мировой социологии искусства / М.В. Горностаева // Социс, 2004. — № 4. — С. 84-89.
4. Гладковская Е.С. Журналистский дискурс терроризма : дис. на соиск. учен. степени канд. филолог. наук / Е.С. Гладковская. — Екатеринбург, 2006; Олешко В.Ф. Моделирование в журналистике : теория, практика, опыт / В.Ф. Олешко. — Екатеринбург, 2000.
5. Фомичева И.Д. СМИ как партиципаторные коммуникации : дис. в виде научного доклада на соиск. учен. степени д-ра филолог. наук / И.Д. Фомичева. — М., 2002.
6. Хэмилтон Дж. Что такое маркетинговое исследование / Дж. Хэмилтон // Социс, 1994. — № 5. — С. 121-122.
7. См. подр. : Олешко В.Ф. Психология журналистики / В.Ф. Олешко. — СПб. : Изд-во В.А. Михайлова, 2008.
8. Там же.
9. Об этом подробно : Олешко В.Ф. Журналистика как творчество / В.Ф. Олешко. — М. : Изд-во «РИП-Холдинг», 2006.
10. Abercrombie, N., Warde, A., etc. Contemporary British Society. — Cambridge, 1994. — P. 432.
11. См. об этом : Griswold, W. Cultures and Societies in a Changing World. — London, 1994.
12. Горностаева М.В. Указ. соч. / М.В. Горностаева. — С. 118.
13. Fiske, J. Reading the Popular. — NY, 1989.
14. Манаев О.Т. Методологические проблемы исследования эффективности средств массовой информации :

дис. на соиск. учен. степени д-ра социолог. наук / О.Т. Манасев. — Минск : Белорус. гос. ун-т, 1991.

15. Подробно об этом : Бахтин М.М. Автор и герой. К философским основам гуманитарных наук / М.М. Бахтин. — СПб., 2000.

16. Лосев А.Ф. Страсть к диалектике / А.Ф. Лосев. —

М., 1990. — С. 156-157.

17. Цит. по : Доклад генерального секретаря МФЖ Айдана Уайта на Международной конференции «Будущее журналистики в Восточной Европе». Электронный ресурс : (<http://www.ruj.ru/2010/101214-2.htm>). — (дата обращения 6 августа 2011).



С. Страшнов

Актуальные медиапонятия: иллюстрированный журнал, интерактив, коммерциализация СМИ, скрытая реклама

Перед вами — продолжение уже известного цикла словарных статей, публикуемых по преимуществу в воронежских и ивановских научных изданиях. В последних — помимо того, о чем уже извещался читатель «Акцентов», — недавно появились характеристики профессионального и массового медиаобразования, теории журналистики и медиакритики. Некоторые материалы печатались также в конце 2010 — начале 2011 годов московскими журналами «Журналист», «Социальные коммуникации», «Журналистика & медиарынок».

Иллюстрированный журнал

Почти уверен, что для представителей молодежи прилагательное покажется избыточным: да каким же еще может быть журнал? Трудно забыть реакцию одной студентки, которая, получив задание охарактеризовать деятельность «Нового мира», скачала сведения из Интернета, даже не подержав в своих руках ни один номер. А когда ей было предложено принести издание из библиотеки, она с простодушно-искренним изумлением воскликнула: «Эх, ты! Ни одной картинки!». Теперь как раз словосочетание «иллюстрированный журнал» стало привычным и очевидным, а понятие журнала неиллюстрированного, «толстого», похожего на серьезную по содержанию, солидную по объему книгу, — оксюморонным.

Однако первый европейский журнал был именно «Журналом ученого» («Journal des Savants», 1665 год). И хотя не прошло даже десятка лет, как там же, во Франции, начал выходить журнал с гравюрами мод «Mercure galant» («Галантный Меркурий») — самый ранний предшественник современного «гламура», до середины XIX столетия явно преобладали все-таки издания первого, а не второго типа.

Очевидным фактором сдерживания выступала недостаточно развитая полиграфическая техника: фотография попросту долго была неизвестна как таковая, но ведь и после изобретения в 1839 году некоторое время отсутствовал механизм качественного перенесения ее на полосы. Так, в журнале-газете «Иллюстрированные Лондонские новости» фотографии с театра действий Крымской войны (1853–1856 гг.) преобразовывались тем не менее в привычные гравюры. Но постепенно визуальный ряд становился все более многообразным, красочным, эффектным, и последовательное совершенствование продолжается в этом направлении до сих пор. Напротив, журналы «толстые» с их принципиально скупым, неизменным дизайном на таком фоне всегда лишь подчеркивали и подчеркивают соб-

ственный консерватизм — типологическую чистоту и устойчивость.

Проявляется разница и в другом отношении: последние (особенно заметно в XIX веке, но — в качестве установки — вплоть до сегодняшнего дня: как ежемесячники «литературно-художественные и общественно-политические») претендуют на универсальность, чуть ли не на энциклопедизм: затрагивают не только словесность, но и науки, а подчас также — через заграничные известия и внутренние обозрения — и политическую злободневность. Годовой комплект «Современника» или «Русского слова» равнялся целой библиотеке с множеством подразделов, хотя бы и подобранной в строгом соответствии с наклонностями публики и целями популяризаторов. И понятно, отчего подобные журналы «ей заменяли всё». Но уже к концу позапрошлого столетия выросла грозная альтернатива — в виде газет, книг (причем не только пугающе громоздких фолиантов, но и мобильных, недорогих брошюр), а также в виде тонких иллюстрированных журналов. И в совокупной массе подобных изданий преобладала как раз специализация.

Журналы нового типа стали по преимуществу избирательными: либо тематически, либо адресно. Оставим в стороне издания общественно-политические (от упомянутых «Иллюстрированных Лондонских новостей» до «Newsweek» и «Русского репортера»), наиболее сходные с аналогичными газетами. Абстрагируемся и от изданий профессиональных (включая сюда деловые): по функции они познавательны, и даже реклама, а тем более оформление имеет здесь информационную нацеленность. Богаче всего иллюстрированными оказались журналы для детей (уже по причине их недостаточно уверенных пока читательских навыков), женщин и мужчин. Женщин и мужчин как таковых — без учета рода занятий и национальной принадлежности, и в этом смысле глобализированный бренд «Космополитена», который печатается на 34 языках, весьма декларативен. А раз профессиональные интересы уходят в тень, на передний план выдвигается отдых и — соответственно — функция эмоциональной разрядки. Дженни Маккей называет такие издания потребительскими — уже на том основании, что они «предоставляют информацию развлекательного характера и для проведения досуга». Понятно, что они были обречены на популярность, ведь релаксация — это то, что разных людей объединяет.

Основными в оформлении становятся не информативные (типа инфографики: таблиц, диаграмм,

карт и т.п.), а декоративные визуальные средства, если ключевое слово производить от позднелатинского *decoratio*, что означает «украшение». Главное из них — конечно, цветные высококачественные фотографии. Но поскольку редакции стремятся к единству дизайнерских решений, общее впечатление усиливают и фоновый колер страницы, и качество бумаги, и выбор броского шрифта.

Собственно изобразительные жанры в отдельных изданиях и даже целых журнальных подвидах могут быть представлены достаточно широко: где-то в большом ходу и карикатуры, и комиксы (стрипы) — графические рассказы о любимых персонажах, и коллажи, и даже акварели. Всё это находится в ведении бильд-редакторов, занимающих в иллюстрированных журналах неоспариваемое положение, но основное, над чем они бьются, — это все-таки подбор, обработка и расположение фотографий, которые выдаются нередко и сериями (фотосессии). Наиболее крупные из фото, похожие на плакаты или афиши, могут быть для немалой части аудитории самодостаточными, и современные подростки так же оклеивают свои комнаты постерами, как их предки — репродукциями передвижников, бережно извлеченными из советского «Огонька», а еще раньше — лубочными картинками. Да и сами издания, разложенные на журнальных столиках, причем не только в гостиницах, но и, например, в парикмахерских, становятся дополнительной деталью буржуазного (или мещанского) интерьера.

Так что от газет подобные издания отличаются не только по хронотопу (периодичности и объему), но и по соотношению визуальных и вербальных составляющих: в потребительских журналах иллюстраций не просто больше, чем в газетах и узкоспециализированных журналах, и они не просто ярче — изобразительное начало безусловно доминирует. Конечно, текстовые формы не ограничиваются подписями под фотографиями, которые к тому же нередко в оных и не нуждаются, говоря сами за себя. И все же показательно, что ведущие вербальные жанры (а это «звездные» интервью, биографические очерки, *story*, «светская хроника», анекдоты, выдержки из блогов, консультации) скорее подвешиваются к визуальному ряду, чем определяют его. Это глубоко креолизованные тексты. Даже беллетристика здесь предлагается облегченной — стилистически изящная, но неглубокая: опубликованные в русском «Плейбое» или в «Саквоже-СВ» рассказы А. Битова, А. Кабакова, О. Славниковой имеют весьма отдаленное родство с их же эссе из «Звезды» и романами из «Знамени». Но именно там и так известные, авторитетные писатели превращаются в писателей модных, масс-культовых. И это неудивительно: по своим темам и поводам, да и жанрам, как мы только что видели, потребительские журналы сближаются с бульварной прессой или хотя бы квалойдами (так может быть охарактеризован, например, «толстый» — по объему — «Сноб»).

Дизайнерский контекст подобных изданий по определению — визуальный. Изображение конкретнее слова, изображение не способно воспроизводить абстрактные понятия, питающие, к примеру, анали-

тическую журналистику и публицистику, но никак не соприродные людям, которые пребывая в самолете или вагоне СВ, на пляже или в солярии, желают не столько читать, сколько листать «Вог», либо «Пентхауз». Иногда, впрочем, их просматривают и в метро, и даже в маршрутках, но с таким выражением на лице, как будто владелец «глянца» находится в авиалайнере.

Выбор из множества подчинен тоже оценке внешнего вида. Вот почему столь озабочены издатели оформлением витрины — обложки. Журналист, который знает производство иллюстрированных журналов изнутри, рассказывает, что по 2–3 часа на редколлегиях обсуждается — ни много, ни мало — «концепция обложки», и язвительно, но и совершенно справедливо добавляет, что она здесь — «то же самое, что передовица для газеты «Правда»: это визитная карточка номера». Значимы и лидер-фото, и выносы заголовков. Обложка рекламирует журнал, призвана привлекать к нему зрителя-читателя, и потому просчитыватьлагается всё — начиная с сорта бумаги. Нелишне будет уточнить в связи с этим, что «глянец» был первоначально полиграфической характеристикой, и лишь постепенно — вместе с перемешавшимися внутрь номера гладкими и плотными листами — метонимически стал обозначать достаточно обширный класс изданий.

Вершина «глянцевых» СМИ — это журналистика «гламурная», представляющая роскошь как *lifestyle*, потому что именно туда, как к определенной задаче или недостижимой мечте, устремлено всё потребительское общество. Не только те, кто уже обитает в пентхаусах, но и те, кто хотел бы в них попасть, а лучше — их приобрести. Провинциальная девушка не располагает средствами для приобретения коллекционной одежды и других престижных товаров, демонстрируемых даже в «Лизе», однако она все же купит очередной номер, который станет новым стимулом для повышения ее собственного статуса. Поэтому-то и вызывает сомнения принятое в некоторых редакциях жесткое деление аудитории иллюстрированных журналов на категории — в зависимости от доходов.

Но и не считаться с ним тоже нельзя, поскольку мало кто из рекламодателей озабочен перспективами дальними. А как раз рекламная функция, даже в большей степени, чем рекреативная, делает иллюстрированные журналы потребителями. И, может быть, наиболее наглядными оказались изменения, которые произошли за последние двадцать лет в «Крестьянке» или «Здоровье» и которые отразили эволюцию нашего аскетично идеологизированного некогда населения по направлению к «американской мечте». Рассматривая издания, обращенные к женщинам, Синтия Уайт, сделала безошибочный вывод, что все они «провооглашают идею потребления товаров как главную цель в жизни». А лицо заинтересованное — современный российский редактор — провозгласил: «Глянцевый мир — это единственная правильная реальность».

Большая, а иногда и большая доля иллюстраций — это, действительно, реклама. В аполитичных потребительских журналах она — не особая и чужеродная, как в некоторых газетах, а неотъемлемая, непременно-

ная и даже естественная их часть. Всю рекламу здесь впору считать контекстной. Она не просто коммерчески выгодна, но совершенно органично и плотно сочетается и с контентом, и с оформлением, ведь сугубо текстовые приманки иногда как раз отсутствуют напрочь. Более того: многие фотопортреты моделей скрыто рекламны, а многие рекламные постеры для кого-то эстетически самоценны. Образуется не только дизайнерское, а уже потребительское единство.

Выражая преобладающие общественные идеалы, иллюстрированные журналы не могли не повлиять и на остальную часть mass-media — причем не только на смежную: общественно-политические журналы-газеты и профессиональные издания. Воздействие оказалось более широким, и началось оно, по наблюдениям исследователей, лет 50 назад, когда в газетный дизайн проник цвет, появилось понятие «обложки», причем нередко — глянцевой. И, можно даже догадаться, что возглавили пелатон издания массовые и рекламные.

Эту тенденцию называют визуализацией периодики, но нельзя утверждать, что стимулировалась она только журналами. Сами они получают дополнительную аудиторию за счет стремительно растущей популярности телевидения: читающую массу уже в 60–70-х годах XX века вытесняла масса зрительская, потом выросло несколько поколений, воспитанных ТВ, и иллюстрированные журналы стали для них наиболее адекватным продуктом печати, где текст — лишь фон для изображения. Андрей Новиков, еще в середине 1990-х посвятивший иллюстрированным журналам отдельную статью, считает, что «это кентавр ТВ и прессы. Твердые литые страницы, словно облупленные телеэфиром. Страницы, больше напоминающие застывший пластиковый клип...». И неудивительно, что мода на выпуск нового издания в журнальном, а не газетном формате распространилась несколько позднее в России «до самых до окраин».

Подобная картина подкрепляет прогнозы тех, кто именно иллюстрированным журналам предрекает судьбу самую долгую и счастливую среди всех разновидностей прессы. И на то есть свои резоны. Обозначилась, скажем, склонность распространять «гламур» по закрытой подписке, что вполне соответствует современным процессам демассификации средств массовой информации. Так огораживаются прежде всего провинциальные элиты. Другому нашествию — со стороны конвергентных СМК — глянцевого периодике, наоборот, есть что противопоставить — в первую очередь, непревзойденные полиграфические возможности. Они порождают те непередаваемые тактильно-визуальные ощущения, создавать и поддерживать которые не способна пока никакая мультимедийная техника.

Интерактив

Те, кто обращал внимание на тенденции развития массовых коммуникаций, давно делали вывод о неуклонном отчуждении аудитории от информационных средств. В речевом общении более или менее деятельны все говорящие, но с возникновением письменности, затем печатного станка, телеграфа, радио, телевидения основная часть людей из участников

превратилась в воспринимающих, в потребителей. Некоторые газеты в определенный момент стали даже откровенно предупреждать, что в переписку с читателями не вступают.

Однако теперь необходимо уточнять: такое наблюдалось только до самого последнего времени. В ходе дигитализации техники и компьютеризации населения коммуникативные процессы существенно демократизировались. С тех пор, как в мобильных телефонах появились функции диктофонов, фото- и видеокамер, а в сети образовались платформы для онлайн-сообщений, обладатели новых медиаресурсов выступают в качестве помощников, конкурентов и критиков профессиональной журналистики. Аппаратура используется не только в житейских целях (чтобы запечатлеть, например, семейное торжество или свои туристические впечатления), но и для включения в информационный обмен: чтобы если нечто важное произойдет, зафиксировать общественно значимые факты и сигнализировать о них СМИ (как уже происходило во время событий 11 сентября 2001 года в Нью-Йорке, 1 сентября 2004 года в Беслане, в декабре того же года в Таиланде, в марте 2011-го в Японии и т.п.). Это, если угодно, массовый медиарилейшнз: активные пользователи выступают как ньюсмейкеры — поставщики или корректировщики информации.

Резко расширился потенциал для перевоплощения аудитории из объекта информационной деятельности в ее субъект. Можно вспомнить, конечно, и о прежних инициативах, шедших как сверху, так и снизу (о письмах и звонках в редакции, выпуске стенгазет, движении раб- и селкоров, программах типа «Сам себе режиссер», телемарафонах, вовлечении слушателей радио в живые дискуссии и т.п.), однако сегодняшние условия — принципиально новые. Выделю для начала три обстоятельства. Это сравнимая, а у кого-то из любителей и превышающая профессиональную техническая вооруженность. Это постоянное упрощение механизмов пользования (в частности, талантов и навыков для того, чтобы заявлять о себе в социальных сетях, требуется меньше, чем даже в блогах). И это открывшиеся варианты беспрепятственного доступа в публичное информационное пространство, долгое время ограниченного и санкционированного (хотя бы редакциями).

Если соотносить поведение аудитории с тремя известными моделями прессы (инструментальной, «четвертой власти» и независимого социального института), то оно будет выглядеть примерно так: пассивное (зато и порождающее слухи), активное и интерактивное. Причем силу предпоследнего не стоит особенно преувеличивать: попытки аудитории широко заявлять о себе в периоды, вроде «перестроечного», непосредственно вдохновлялись средствами массового воздействия, авторитет которых был тогда непререкаем. Социальный подтекст интерактивности чуть ли не противоположен — она подпитывается растущим недоверием к профессиональной журналистике, ее качеству и возможностям.

Поэтому для характеристики современного состояния отношений аудитории со СМИ не слишком,

видимо, подходит привычное выражение «обратная связь». Оно учитывает, главным образом, отклики — обращения, а не общение. В сетевом режиме сейчас можно контактировать даже с президентом и губернаторами, и все же подобная коммуникация (за вычетом скорости доставки, номинальных публичности и бесцензурности) слабо пока дистанцируется от характерных для авторитарных систем сигналов власти и вопросов учителю. Интерактивность же в переводе означает «взаимодействие» — в нашем случае одного пользователя (индивидуального или группового) с другими. Причем, выходя в медиaprостранство с любительскими журналистскими материалами, уже сейчас возможно миновать посредника-профессионала, прежде всего как редактора, что отнюдь не обязательно хорошо, но достаточно необычно. «Глас народа» впервые зазвучал столь самостоятельно, да еще и с таким (существующим, правда, в регистре «до востребования») глобальным резонансом.

Классические СМИ утрачивают монополию на новости и провозглашение инициатив. Личное превращается в публичное, но при сохранении известного суверенитета и персональности, что отличает, в частности, тоже по-своему фольклорный интерактив от механизма распространения слухов (включая сюда и электронные). Создаются предпосылки для независимого собеседования с людьми, не требующего трудоемкой медиаметрии — специального изучения адресата, его запросов, поскольку голос автора звучит изнутри зрительного зала. Возникают целые виртуальные сообщества.

Такие выступления легко считать коммуникативной самодельностью. Однако любое хобби предполагает постоянную увлеченность, систематичность, и где-то (в тематически сосредоточенных блогах — медиакритических, например) интерактив в хобби перерастает. Но многие действия, напротив, как раз заведомо лишены регулярности: наиболее интересную, эксклюзивную информацию запускают в Интернет случайные свидетели, которым раньше журналистов посчастливилось оказаться в нужном месте.

Редакции охотно используют плоды «путешествий дилетантов», оснащенных новейшей техникой. В титрах новостей всё чаще значится — «любительская съемка», региональные газеты нередко проводят «прямые линии, линии доверия» — «интервью без журналиста» или своеобразные читательские интервью (в Интернете они и вовсе обыденны), а телеканалы — конкурсы на лучший сюжет, информационный повод, и большинство СМИ прилагают значительные усилия для поддержки собственных форумов. Однако лишь по прошествии времени кто-то из активистов попадает во фрилансеры, тем более — в штат. А ведь редакциям пора бы, пожалуй, подумать о собственном участии (но для обоюдной пользы) в осуществлении массового медиаобразования.

Так — в общем и самом популярном виде — реализуется конвенциональная стратегия или концепция «общественного доступа», в ходе чего реципиенты становятся респондентами. Ее сторонники настаивают на том, что пора отдать СМИ их подлинным вла-

дельцам — читателям, зрителям, слушателям, «чтобы народ, а не журналисты определяли профессиональную повестку дня в журналистике» (Э. Дэннис и Д. Мэррилл). В Японии предлагали, скажем, выделять в сетке вещания особое время для программ, которые от начала и до конца подготовлены представителями аудитории. Звучали сходные предложения и у нас: еще в 1998 году телекомпания «ВИД» высказывала идею создания «Открытого канала», который будет сотворен, де, без участия журналистов.

Как можно заметить, даже здесь неорганизованными действиями спешили все-таки управлять. Выгода прямая — экономическая: интерактив в узком и наиболее распространенном его толковании — как массовое выявление (через опросы, телефонное, SMS- или электронное голосование) общественных настроений, аудиторных предпочтений — позволяет медиаканалам точнее обрисовать для себя портрет потребителя. Фактически все, весьма креативные иногда, действия и сводятся к налаживанию пресловутой «обратной связи». Однако интерактив не так уж примитивен — он таит в себе ресурсы взаимозаменяемости, и уже сейчас развитие Интернета трансформирует проекты лукавого самоустранения профессионалов с собственного поля: получая технологические возможности для самостоятельных и развернутых высказываний, аудитория все решительнее сопротивляется попыткам беззастенчиво использовать себя в качестве статистов.

Расширение субъекта медиадельности подталкивает ученых к терминологическим уточнениям: ее начинают толковать не как собственно журналистскую, а как информационную, а там уж — соответственно — профессиональная этика превращается в инфоэтику и т.д. Причем именно соучастие аудитории в медийном процессе и превращает современное общество в информационное. Вместе с тем исследователи нипочем не договорятся, как же называть ту силу, которая и смешала все карты: журналистикой интерактивной, народной, гражданской, гуманитарной, демократической, коммунитарной, конвенциональной, любительской, блоговой, волонтерской, социальной? Основная часть авторов склоняется, как правило, к дилемме: либо эта медиадельность гражданская, либо любительская — поскольку социальный тип mass-media, например, явно расходится с ними по тому самому субъекту, представляя собой заботу организаций о самых незащищенных слоях населения.

Более привлекательным из двух оставшихся званий представляется, конечно же, первое. Однако его надо еще заслужить. Да, в идеале журналистика должна стать институтом гражданского, то есть самоорганизуемого, общества. Вместе с тем приходится констатировать, что в нашей стране наличный уровень демократии сравнительно невысок. Соответственно, ненадежны и основания для того, чтобы отечественную «народную» журналистику считать подлинно гражданской: преобладающий ее сектор составляют не сосредоточенные на насущных общественных проблемах выступления и дискуссии, а расслабленные

игры в чатах, социальных сетях, хотя именно здесь располагаются богатейшие возможности для содержательного интерактива. С другой стороны, несколько уничижительно называя ее любительской (то есть дилетантской), мы рискуем не углядеть и растерять зерна действительно плодоносные.

Разумнее всего журналистику любительскую, стимулируемую в том числе и развитием массового медиаобразования, рассматривать в качестве потенциала журналистики гражданской: иногда одна лишь массовость откликов в сетевом сообществе на вопиющее событие (например, на слишком мягкий приговор, вынесенный высокопоставленному преступнику) понуждает представителей властных структур действовать более решительно. И все же, чтобы не заводить далее терминологический спор в ситуацию патовую, явление в целом можно маркировать пока прилагательным «интерактивная» как относительно нейтральным. Конечно, и такое обозначение способно кого-то смущать, поскольку интерактивность существует и в обучении, и в компьютерных играх, и в электронной переписке, но применительно к журналистике понятие выглядит, на мой взгляд, достаточно корректным.

Коммерциализация СМИ

Этот процесс принято сейчас определять нейтрально — обозначая всего лишь растущую зависимость СМИ от логики рынка. И затрагивает он сегодня очень многих — во всяком случае, не только собственно коммерческую прессу, цель которой — получение прибыли: зарабатывать какие-никакие деньги не против даже сидящие на дотациях. Да и зачем, казалось бы, искать здесь противоречия, если такова, мол, вся рыночная журналистика. Однако устремившиеся к доходам СМИ, получая, естественно, и тратят — утрачивают, например, свой исходный социальный и просветительский статус. Взамен создаются скромные ниши-резервации для общественных или образовательных изданий и программ, в связи с чем коммерциализация не представляется уже совершенно оправданной и безобидной.

Обостряется необходимость рассматривать современные mass-media в соотношении с сущностными их задачами и в аспекте исторической типологии. На смену инструментальной, управляемой (эпохи авторитаризма) и модели «четвертой власти» (переходные периоды) пришла потребительская разновидность прессы. Внешне — самая прогрессивная. Однако условия несвободы или недосвободы не только стесняют — почти обязательно появляются такие СМИ, которые не соглашаются с наличным положением вещей и побуждают аудиторию развиваться самой и изменять действительность. Журналистика в какой-то своей части по-прежнему выступает как социальная ответственная и гуманистически направленная деятельность. Ей есть, за что бороться и к чему призывать.

При установлении демократии номинальное политическое равноправие ослабляет фактор гражданской активности и способствует распространению социальной индифферентности. Услышав вопрос о

направлении своей газеты, один медиамагнат выразился весьма откровенно: «В карман!». На передний план выдвигается конкуренция экономическая. А она, базирующаяся на рекламе, открывает, по словам Е. Вартаковой, «с одной стороны, путь к независимости от политической, исполнительной власти, но, с другой — путь к коммерциализации».

Суть последней заключается в том, что информация становится продуктом, предназначенным для продажи, и поэтому она должна привлекать к себе внимание потребителя. Критерий рентабельности вытесняет социальную эффективность-действенность. И успехи медиаиндустрии вдохновляют: временами она развивается интенсивнее любой другой, ведь, по некоторым подсчетам, один доллар инвестиций в информацию, дает в 10 раз больше прибыли, чем в нефтедобыче, и фактически то же самое подмечал американский президент Ричард Никсон: «Выгоднее вложить один доллар в прессу, чем десять в оружие: оружие вряд ли заговорит вообще, а пресса с утра до ночи не закрывает рта».

Коммерциализация утверждается в условиях общества потребительского. Медийная политика авторитаризма намеренно ограничивает число каналов распространения (иначе будет затруднен тщательный цензурный контроль), увеличивая взамен количество залитых копий. Демократия же предполагает свободу выбора, и производство (в любой сфере) нацелено на расширение ассортимента. При этом выражается надежда на то, что порядок будет устанавливаться спросом, что если без ограничений существовать нельзя, то пусть они будут сугубо экономическими, ставящими нарушителей на грань разорения. Однако в процессе весьма своеобразной саморегуляции рыночная журналистика отсеивает отнюдь не «халтуру, непрофессионализм и бездарность», на что поначалу надеялись некоторые отечественные аналитики, — целью и результатом оказывается совсем не качество (наоборот, легко заметить, насколько с ростом конкуренции оно пострадало), а доходы от рекламы. И показательно, что именно коммерциализовавшиеся СМИ оказываются затем самыми уязвимыми в периоды финансовых кризисов.

Вырвавшись на простор из кольца принудительной и распределительной экономики, из-под опеки «четвертой власти», население России с начала 1990-х годов окунулось в рыночную стихию, а очнулось посреди открытого моря — изобилия товаров и услуг и ощутило известную растерянность, неприютность. Понадобилась — часто не признаваемая, даже опровергаемая — помощь со стороны путеводителей: растущий ассортимент спровоцировал развитие рекламы. А для СМИ как основного рекламоносителя она стала настоящей кормилицей. Вот и получается, что журналистика — не столько прямой, сколько опосредованный источник медийного бизнеса. Продаются, в первую очередь, не экземпляры, доходность которых сравнительно невелика, а аудитория, и продается она, как уже говорилось в статье о бесплатной прессе, рекламодателям, у которых свои собственные интересы и спрос.

За потребителя: читателя, слушателя, зрителя, пользователя — и ведется ожесточенная борьба между разнообразными СМИ. Они разрабатывают и реализуют маркетинговые технологии: аудитория всесторонне изучается, изобретаются хитроумные способы ее привлечения и удержания возле себя. Это и удобства в покупке-получении, и демпинговые расценки (вплоть до феномена бесплатной прессы, которая — таков парадокс! — тоже является продуктом коммерциализации), и многое другое, но главное все же — контент. Полезность рекламы осознается населением как неочевидная — наживкой являются медийные материалы.

Коммерциализация прессы, по мнению Э. Орберга, председателя Союза журналистов Дании, заключается в том, что «всё — даже новости — должны быть выгодным <...>. Мы не узнаем того, что действительно важно. Мы услышим о знаменитостях, несчастных случаях, убийствах и насилии». Но приоритетны такие новости не только потому, что расхожие, сообщаемые повсеместно, а, следовательно, добытые без труда, незатратные — выгодны они и как самые востребованные. Именно на них держатся высокие тиражи и рейтинги наиболее доходных предприятий медиаиндустрии — массовой прессы и развлекательного телевидения. Предпочтения публики, а значит и следующих за нею, стремящихся к популярности СМИ — ценой измены принципу социальной ответственности — отдается легковесному.

Преобладает то, что способно не загружать разум, что улаживает зрение и слух, тогда как серьезное и сложное адаптируются через инфотейнмент ли, сайнстейнмент ли, приспособляются к усредненному — массовому сознанию, его непритязательному уровню. Выгодна и аполитичность, которая, помимо всего прочего, еще и безопасна для редакций и для потребителей их продукции. Ведущий формат, таким образом, — гедонистический, одновременно и угождающий запросам, и крикливо насаждаемый изданиями и каналами. Доля журналистики в средствах массовой информации сократилась настолько, что прежние синонимы в последнее время теоретиками стали друг другу противопоставляться. То, что привыкли по формальным показателям считать журналистикой, превращается в медиабизнес, сердцевину которого составляет индустрия развлечений.

Разумеется, у того же инфотейнмента есть и привлекательные свойства (о чем уже говорилось в специальной статье), однако современные форматы возникают по преимуществу в порядке следования невзыскательным потребностям, а стоило бы аудиторию еще и просвещать. Иначе вполне может состояться полная ее дебилизация. Ведь если справедливо понимание журналистики как разновидности производства, то нелишне будет и уточнить, что оно специфическое, духовное, имеющее в качестве объекта воздействия не мертвый материал (дерево, металл, нефть), а человеческое общество, тотальная коммерциализация публичной сферы для которого крайне чревата — особенно когда сюда примешивается еще и монополизм.

Его опасность не следует, конечно, преувеличивать: сектор потребительских СМИ не единственный — возможны, а кое-где распространены и иные, которые противостоят первым собственными гуманистическими и познавательными ресурсами. Но не следует и преуменьшать возникающие риски. Противоречие между социальными целями и экономическими соблазнами сохраняется, социально-экономическая система mass-media по-прежнему не складывается у нас в целое: если модели инструментальная и «четвертой власти» были откровенно политизированными, то потребительская порождает оболванивание населения. И заверения, вроде тех, которыми одаривал публику, например, В. Гусинский («Коммерческая деятельность, которую я определяю, имеет тот же вектор направленности, что и общественные потребности»), делались, что называется, от лукавого.

В интересах нации, а не корпораций некоторые политики считают возможным вернуться от экономического к государственному регулированию. В частности, сравнительно недавно прозвучало предложение министра культуры А.А. Авдеева о повышении уровня российского телевидения путем полного отказа от рекламы и перехода к финансированию из казны. Надо ли долго доказывать, что с точки зрения экономики опытный и крупный чиновник рассуждает на удивление наивно? Успешная реализация его программы привела бы к резкому сокращению числа каналов, поскольку полное содержание даже двух-трех — дело почти непосильное для любой, самой процветающей страны. Кроме того, как показывает пример очень близкой Авдееву Франции, где Национальное собрание и Сенат приняли в начале 2009 года законопроект об отмене рекламы на общественном телевидении, такой шаг с особым энтузиазмом воспринимают именно коммерческие каналы, с пути которых удаляется опасный конкурент. Кстати, появившиеся издержки «Франс-Телевизьон» компенсирует за счет индексации абонентской платы и госдотаций. Для сравнения: на Би-би-си последние исключены.

Государственные средства гораздо разумней и реалистичней использовать на поддержку отдельных направлений вещания (скажем, детского и образовательного), а также социально насущных проектов. Можно надеяться отчасти и на бескорыстных меценатов. Основной же стратегией демократии является становление гражданского общества и перспективы спонсирования СМИ, альтернативных потребительским, силами самостоятельного и активного населения.

Коммерциализация, как к ней ни относиться, — неизбежное следствие рыночной экономики. Но и сориентированные на извлечение прибыли издания, радиостанции, телеканалы продолжают адресовать свою продукцию людям, сохраняя тем самым — хотя бы номинально — свою причастность к СМИ как общественному институту. Это одновременно и понуждает, и позволяет напоминать бизнесу о его социальной ответственности.

Скрытая реклама

Реклама по определению (как продвижение товара, услуги, идеи) есть нечто активное, привлекающее к себе внимание, напористое, даже — кричащее, поэтому эпитет «скрытая» применительно к ней звучит как будто бы диссонирующее. Но уже и привычно — настолько часто именно со скрытой рекламой нам приходится иметь дело.

В законе РФ «О рекламе» она проходит по ряду рекламы ненадлежащей, но не среди основных ее разновидностей (недобросовестной, недостоверной, неэтичной, заведомо ложной), а опять же скрыто — под псевдонимом «иная» (см. ст. 2), хотя затем, в статье 10, получает-таки отдельное определение как реклама, «которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие» (в законе упомянуты специальные видеовставки или двойная звукозапись — пресловутый 25-й кадр). Добавить к этому, видимо, можно и оговоренные в статье 5 случаи недопустимого использования в медийных материалах элементов рекламирования без специального на оное указания.

Предлог «без», превращаемый в приставку, видимо, и является главным отличительным признаком скрытой рекламы: ее улавливают и усваивают безусловно, бессознательно, произвольно — когда управление желаниями ведется не через убеждение, а через внушение. Особая сила суггестивного воздействия — имплицитного, косвенного, а не эксплицитного, определенного, лобового — давно выявлена и подчеркнута учеными-психологами. Однако признание этого не отменяет, разумеется, прямых форм привлекающего информирования и поддержки интереса к товарам, идеям и начинаниям. В собственно рекламной прессе, например, ценится как раз обратное замаскированному — а именно: четкость, курсивность, уместность. К тому же для повышения эффективности рекламы скрытой необходима артподготовка, проведенная демонстративно: на подсознательном уровне хорошо срабатывают, как правило, лишь узнаваемые бренды.

В английском языке основным аналогом скрытой рекламы называют *product placement*. Другой дословный перевод этого словосочетания — размещение продукции. Герои популярных фильмов, романов, телепередач, компьютерных игр, разумеется, пользуются по ходу развития действия вещами, техническими устройствами, напитками, им нравятся, допустим, автомобиль «БМВ», кроссовки «Адидас» и «Кока-Кола», а зрителей, читателей, геймеров увлекают сюжеты, и аудитория, что столь же естественно, начинает неосознанно некоторым пристрастиям и привычкам персонажей подражать, поднимая в итоге процент продаж каких-либо товаров.

Чаше всего такое воспроизведение не рассматривается в качестве коммерческой рекламы, да еще и ненадлежащей, на том простом основании, что произведения искусства и СМК не могут быть начисто лишены антуража, но, с другой стороны, очевидно, что кое-кто и в рамках нерекламных текстов строго определенные товары показывает лицом — не всегда

навязчиво, но вполне намеренно. Симпатичный нам герой берет предмет в руки, вертит перед нашими глазами и обсуждает, иногда даже расхваливает его, делает престижным, а мы, в свою очередь, впитываем информацию, порой не задумываясь, что нас обольщают, исподволь направляют наши последующие потребительские предпочтения.

В сериале «Папины дочки» голову принято мыть шампунем «Шаума» и смаковать молочные ломтики «Киндер», а «Секс в большом городе» прямо называют фильмом с лейблами. Логотипы фирм, марки товаров попадают в кадр как бы случайно, а действуют на наши рефлексy неотразимо. Рекламные предложения просачиваются везде, и мы поддаемся на их завораживающие зовы, нередко не отдавая себе в этом отчета. И не случайно постоянно увеличивается доходность рынка *product placement*, в том числе российского, достигая нескольких миллионов долларов в год. Причем основное место на нем, по наблюдениям Е.Л. Вартаковой и С.С. Смирнова, занимают «продукты питания, потребительские бренды одежды, косметики, мобильной связи».

Разновидностью или близкой родственницей *product placement* можно считать «звездную» («авторитетную») рекламу — в том, разумеется, ее изводе, когда известный человек не занимается непосредственными рекомендациями и не освящает своим присутствием рекламные ролики, а просто засвечен, допустим, в светской хронике. Культовые фигуры могут порождать даже моду (толстовки, хэмингуэвские свитеры и т.п.), но их гораздо чаще используют в качестве манекенов для раскручивания аксессуаров. Идола толпы всего лишь показывают, на чем-то, разумеется, останавливаясь, а уж она сама жадно подмечает, во что Дэвид и Виктория Бэкхемы одеты и обуты. Как и в предыдущем случае, эффект умножается именно популярностью лица и естественностью его влияния.

Своеобразный спрос на признание, желание прикоснуться к знаменитости, видимо, вечны: наверняка и брошенные Пушкиным вскользь в «Евгении Онегине» упоминания часов «Брегет» тоже сказывались на выборе его современников. Однако опять-таки к собственно скрытой рекламе стоит относить не любое появление «звезды» на экране или печатной полосе, даже не любую его похвалу (и хулу), а лишь то, в чем проступают, пусть и замаскированные, но поддержанные журналистами акцент и пафос. Иначе явление рекламы в мире предстанет безразмерным: к ней можно будет относить чуть ли не любое высказывание, изображение и т.д.

Следующий вариант латентной рекламы — реклама сопутствующая, достаточно органично входящая в контекст телепередачи, газетной публикации, блога. Дженни Маккей комментирует подобную практику следующим образом: «Чтобы привлечь рекламу шампуня, журнал должен публиковать статьи об уходе за волосами». Однако чаще — последовательность обратная: в программах, посвященных ремонту и здоровью, кулинарии и автомобильному транспорту, рекомендуются или просто демонстрируются выдающиеся свойства и/или безотказная работа соответствующих

механизмов, средств и технологий. Такие медиапроекты выступают в качестве весьма подходящих для рекламы площадок.

Впечатление завуалированной рекламности оставляют, в частности, некоторые публикации нашего старейшего журнала «Вокруг света». Рассказывая о разных странах, людях, их населяющих, и обычаях, их отличающих, авторы издания выступают прежде всего как просветители. Однако вольно или невольно познавательно-занимательные тексты превращаются подчас в завлекательно-застывающие. Финальная фраза одного из очерков: «Разведка докладывает: замечательная страна — Иордания» — вполне в этом смысле типична. И тем более притягательными становятся в подобном соседстве представления продуктов питания. На сей раз показателен уже хедлайн: «Итальянцы — люди, тонко ценящие искусство. И не только искусство живописи и ваяния, не только искусство оперы, не только искусство архитектуры... Как к искусству они относятся к изготовлению одного из символов Италии — пармезана». Можно, конечно, допустить, что журналист выражает исключительно своё искреннее восхищение, но фактически — как бы ненароком осуществляется и продвижение товара к потребителю.

Сопутствующую рекламу, в силу ее уместности, потребители воспринимают обычно без раздражения — скорее с благодарностью. Во многом она напоминает популярную теперь в Интернете рекламу контекстную. Конечно, по степени откровенности они различаются, зато по принципам — отсылочности и тематической сосредоточенности — несколько схожи.

Иное отношение вызывают те заказные материалы, которые тем не менее об этом специально не сигнализируют. На сленге они зовутся «джинсой», а в научной литературе — адвенториалом: «Такие материалы размещаются на страницах, за которые рекламодатель платит, как за обычную рекламу. Они специально пишутся штатными или внештатными авторами журнала в том же стиле, что и остальные редакционные тексты». Их появление в авторитетном СМИ повышает вес товара, услуги, организации, но и вводит аудиторию в заблуждение относительно беспристрастности сообщения.

Творцы скрытого пиара предпочитают не атаку с ходу, а отвлекающие маневры, они отнюдь не обнажают, а как раз маскируют свои подлинные интересы. Что-то акцентируется, а что-то, напротив, затеняется; одно — гиперболизируется, а другое — минимизируется. К примеру, уважаемый федеральный еже-

дневник «Известия» публикует праздничный отчет об успехах Ростовской области — публикует почти за месяц (что уже настораживает!) до грядущего семидесятилетия и без нелишнего бы в данном случае значка «На правах рекламы». Его, потупившись, заменяет набранная скромно (сбоку и по вертикали, снизу вверх) рубрика «Юбилей».

Ещё А. Аверченко высмеивал приёмы газет начала XX века — например, из хроникальных разделов: «На Разъезжей ул. едва не пострадал конторщик Михаил Флякин, ищущий вечерних занятий (знает бухгалтерию, имеет рекомендации. Письменно: Дутов пер., 7)». Конечно, кое-что здесь сатирически утрировано, но ведь даже сторонние читатели упомянутой «известинской» публикации (не говоря уж о ростовчанах, знающих ситуацию изнутри) легко заметят односторонность взгляда, дающего о себе знать в однородно высокопарной стилистике: «подготовились отлично», «(практически с нуля) возродили», «начинают масштабный проект», «удалось провести», «имеют эффективные традиции», «всегда славился», «всерьез занялись». Анализируя практику «Известий», А. Колесниченко делает вывод, что она отличается обилием заказных материалов, доля которых доходит до 50 % — «по сравнению с 20-30 % в других изданиях. Очевидно, это и приносит газете те самые рекламные доходы <...>, так как обычной рекламы в газете немного».

Иногда и, наверное, справедливо говорят о том, что мировой рынок прямой рекламы близок к достижению пределов роста, и понятно, почему столь интенсивно ведется поиск иных способов и новых рекламных площадок. Конечно, утонченно-изощренная техника проникновения в подсознание используется и в оговоренных случаях рекламирования (скажем, за счет его мягкой сексуализации), но в рекламе имплицитной обходные пути являются все-таки не дополнительными, а генеральными.

С такой манипулятивной практикой борются — и законодатели, и рекламодатели, и деятели искусства (в частности, при помощи пародий, как, например, в «Комеди клуб» или «Самом лучшем фильме») — подрывает она доверие к СМК и у населения. Однако проблема в целом сохраняется, и основным противодействием может стать личностная выработка аналитической осмоторительности по отношению к потайным смыслам и нечестной игре. Тогда и скрытая реклама, а заодно и скрытая камера — перестанут творить свои дела безнаказанно.

г. ИВАНОВО



В. Хорольский

Постмодернизм в западной публицистике: тупик или новый этап?

Постмодернизм как мироощущение современной эпохи и направление в западной журналистике, а также поветрие в теории массовых коммуникаций, изучается уже немало лет, но споры не привели науку ни к полному пониманию явления, ни к какому-либо согласию, а это порой просто необходимо для того, чтобы не исчез сам предмет споров¹. Ученым и медиакритикам сегодня необходимо еще раз вернуться к старым спорам о терминах и границах понятий, чтобы определить дальнейший ход и формат обсуждения важнейшего концепта мировой медийной культуры, который в теории журналистики еще не нашел, к сожалению, достойного применения. Призрак медийного постмодернизма, говоря языком самих постмодернистов, напугал медиакритиков, но и сам в страхе шархнул от них в туманные сферы искусства! Реакция СМИ на информационно-культурные новации, ассоциирующиеся с постмодернистским мировидением, особенно на технологические изобретения и Всемирную Паутину, отразила и усилила такую глобальную тенденцию эволюции массового сознания, как отказ от авторитарного слова и авторитетного мнения, что в свою очередь повлекло за собой дальнейшее и стремительнейшее развитие плюрализма, свободы выбора, «антииерархических» и антисистемных настроений в методологии гуманитарных наук².

Этот термин начал широко применяться с 1979 года, когда вышла книга французского философа Жана-Франсуа Лиотара «Постмодернистское состояние». Среди литераторов его впервые применил американский исследователь Ихаб Хасан в 1971 году. Он же и придал ему современный смысл³. По мнению Л. Земляновой, к этому направлению в искусстве принято относить в первую очередь представителей творческой интеллигенции 1970-х — 1990-х годов, которые, опираясь на неоавангардистские концепции культурной революции 1920-х гг., совершили ревизию эстетики модернизма, отрицая или по-новому трактуя ее принципы. Л. Землянова связывает новейшие тенденции в масс-медиа с бунтом против модернистской элитарности и серьезности. Модернисты, по ее мнению, отвергали принципы реализма, но они не отказывались от изучения экспериментального искусства как «сферы необходимейшей духовно-творческой деятельности людей»⁴. Постмодернисты пошли дальше модернистов, сметая границы между искусством и реальностью, часто вполне антиэстетической реальностью, о которой в XX в. упоминали нечасто (ср., с одной стороны, «анализ» литературным героем Блумом в романе Джойса собственных экскрементов, что было громким скандалом в поствикторианской Англии, намеренным эпатажем, и обыденность подобных тем и деталей в современном искусстве, с дру-

гой). Постмодернисты говорили о запретном с равнодушно-иронической улыбкой. Они осмеяли всё и вся, заявили, что любая мысль и верна, и ошибочна одновременно, но тем самым опровергли и свой же постулат об отсутствии истины. Думается, данный тезис особо важен для понимания миссии журналистов на современном этапе: они не могут полностью гарантировать истинность своих сведений, но могут противостоять грубой и видимой лжи с помощью смеха. А это уже немало! И отрицать полезность постмодернистской иронии в СМИ неумно. Проблема тут в другом.

Публицистический текст эпохи постмодерна нередко превращается в лабиринт значений, из которого можно достаточно легко выбраться, но нет никакой гарантии, что найденный выход правильный. Языковые игры заменили сущностный анализ действительности! Язык стал не только способом передачи мысли, но и ее заменой. Языковые феномены стали и объектом, и субъектом для многих постмодернистов, в том числе и публицистов. Интерес к лингвистике резко возрос, особенно стала популярна тема иронического модуса повествования. Об этом упомянул и философ Р. Рорти в научно-популярной работе «Случайность, ирония, солидарность», причем он выступил в жанре, ставшем привычным не только для популяризаторов и проповедников, но и для многих настоящих ученых⁵. Суть его гипотезы в том, что язык не является посредником репрезентации мира или выражения самости автора, поэтому «предпочтение одного словаря другому не может быть достигнуто путем их соотношения с внелингвистической реальностью»⁶. Отсюда и вытекает, по мысли Рорти, неизбежность иронии. И это не только стиль изложения, не только форма произведений, но и цель изложения, значимый содержательный момент, порожденный отказом от поиска истины, которая релятивизируется на основании новоявленной идеи антисистемности, синергетичности коммуникационных процессов. «Блип-восприятие» объявляется нормальным, хаотическое мелькание образов и понятий в головах потребителей воспринимается как революционное изменение психики под воздействием самоорганизующегося, а возможно, и просто сущностно хаотичного, симулянного информационного потока.

Мозаичность и эклектизм современной культуры не только отразились в зеркале масс-медиа, но и были усилены, причем усилены многократно — деятельностью журналистов, отказавшихся от попыток упорядочить или исправить хаотично несущийся поток существования. Публицисты, не без влияния постмодернистских идей, выразили чувство вселенского ужаса перед неисправимой природой человека. Мир в их творениях открывается как «кошмарный об-

раз небытия» (Дж. Барнс), что сближает Постмодерн с мироощущением Модерна. Но реакция на абсурд бытия сегодня иная: преобладает не бунтарский максимализм, а плюралистическое толерантное мирозерцание, приглашение к диалогу.

Бунт авторов XX века против тоталитаризма в политике породил состояние перманентного несогласия и несмирения, которое позволило максимально точно выразить человеческую природу — смертную, но не покорную самому закону всеобщей смертности⁷. Экзистенциализм, отстраняя героя от религии, также оберегает его от обыденности. Нравственным началом становится тихий бунт, выраженный, например, в эссе А. Камю. Экзистенциализм логичен: если Бога нет, то открывается невозможность бессмертия; раз отсутствует бессмертие, приходит представление не только о неминуемой смерти, но и об утрате смысла жизни как процесса, которым стоит дорожить. Как известно, начало этой переоценке ценностей положили модернисты начала XX в. Авангард начала прошлого века боролся с консерватизмом и с инерционным мышлением толпы. Бунт художников против социальных зол, критика противоречий и полемика с классикой носили чаще всего богемно-элитарный характер, но это был радикальный поворот к новизне и эксперименту, выходящий за пределы эстетики реализма, что и привлекло внимание к Дж. Джойсу, Э. Паунду, Т. Элиоту, У.Б. Йейтсу, Ф. Кафке. Постмодернисты продолжили богемный бунт, но сделали его делом (и уделом, если говорить в духе постмодерна) тысяч и тысяч людей, не желающих усложнять свою жизнь высокими идеями и долгими спорами, предпочтя иронический медийный дискурс⁸. Постмодернисты соединили элиту и толпу в веселой карусели масскульта и в свободном сетевом форуме. Они не согласились с классической системой гносеологии, Кафка, по их мнению, стал слишком серьезной и малоинтересной классикой еще в середине прошлого века, до этого он, как и модернизм в целом, еще считался символом бунта против забюрократченной повседневности.

Постмодерн воплощал в своих лозунгах идею несогласия с нормой, но не идею революционных преобразований. Когда, став унылой классикой, модерн ушел на задворки культурной истории, лозунг «все дозволено» определил характер очень многих публицистических дискурсов.

Английский культуролог и медиакритик Терри Иглтон писал об этом так: «Постмодернизм возвещает смерть тех «метатекстов», тайная теоретическая задача которых состояла в том, чтобы обосновать и узаконить иллюзию существования «всеобщей» человеческой истории. Мы переживаем сейчас процесс пробуждения от кошмара модернизма... и перехода к плюрализму постмодернизма — этому вееру разнообразных стилей жизни и разнородных игровых кодов»⁹. По словам Т. Иглтона, с которыми беседовал автор этих строк, постмодернисты растворяют искусство в распространяющихся формах товарного производства массовой культуры и пародируют традиции, связанные с протестом художников против овещест-

вления и коммерциализации жизни и искусства. Поэтому постмодернизм не противится, а способствует проникновению в эстетику и культуру тех концепций технологического идеализма, которые создаются в коммуникативистике, в частности, он способствует фетишизации электронных и сетевых СМИ¹⁰. Метафора «кошмар модернизма», используемая Т. Иглтоном и другими теоретиками, может быть истолкована как неприятие адептами новейшего искусства репрессивно-элитарной эстетики высоколобых экспериментаторов начала XX в., как отказ от присущей модернизму универсальной, «тоталитарной», по их мнению, философии культуры, не признающей плюрализма интересов миллионов «маленьких людей», живущих «около» искусства. Постмодернизм в современной культуре стал подобен цементу, скрепляющему самые разные кирпичи возводимого здания духовности третьего тысячелетия. В самых общих чертах постмодернизм характеризуют как переоценку и «децентрацию» базовых человеческих ценностей, как игру эстетическими критериями и вариантами («вариация на тему»), как аллюзивность текстов.

Постмодерн, продолжая линию модернистской переоценки ценностей, не мог не повлиять на характер массовых коммуникаций. Так называемая «постмодернистская чувствительность», предполагающая «децентрацию», «атомизацию» восприятия, была порождена увеличением неупорядоченности и энтропии в мире. Философия игры (в частности, игры с цитатами) является одной из примет современной культурно-языковой ситуации. Искусство повествования в эпоху постмодернизма основывается на принципах осознанной эссеизации и бессюжетности, все той же пародирующей эстетической игры автора с читателем, но прежде всего — игры с чужим словом. Как известно, еще в конце девятнадцатого века европейские символисты пользовались цитатой не в качестве приема, а в качестве конститутивного принципа, одного из основополагающих законов творчества.

«История еще только начинается, думают некоторые, забывая, что история — исключительное и по сути своей недолговечное явление, этакая прихоть, передышка, оплошность... Участвуя в ней, питая ее, человек расточился, ослаб, истощился. Пока он оставался близок своей первоначальной, хотя и извращенной им природе, еще можно было рассчитывать на долгое существование, отвернувшись же и начав окончательно от этой природы отдаляться, он обрек себя на краткую, всего в каких-то несколько тысячелетий, жизнь. История, порожденная человеком, стала независимой от него, она язвит и мучит его, она его в конце концов и убьет. Человек погибнет с нею вместе, то будет полный крах, справедливое наказание за самонадеянность и безрассудство, порожденные его потугами сравниться с титанами»¹¹, — писал по этому поводу англичанин Дж. Барнс.

Постмодернисты конца XX в. поставили в своем творчестве немало проблем, связанных с психологией литературного труда, с нравственными коллизиями современного искусства. В романах Дж. Фаулза, П. Акройда, Д. Лоджа, Дж. Барнса, Г. Свифта и дру-

гих авторов, близких к постмодернистской «чувствительности» («sensitivity»), легко увидеть столкновение про-модернистской элитарно-серьезной проблематики (место искусства в массовом обществе, засилье рыночной конъюнктуры и т. п.) и развлекательно-гедонистических установок, обусловленных культом «игры», ризоматической относительности ценностей. Отрицая монологизм авторитарных систем мышления, постмодернисты иронизируют и над собственным релятивизмом, что порождает особый самопародирующий тип нарратива. Анализируя романы и статьи П. Акройда и Дж. Барнса, следует уделять особое внимание нежесткости «нравственно-го императива», не исключаящего в то же время аллюзий на классику, на традиционное толкование добра и зла, ненависти и любви, эгоизма и альтруизма. Не случайно героем Акройда стал О. Уайльд — художник, поставивший эстетику выше этики. «Завещание О. Уайльда» — ключевое произведение английского постмодернизма, в котором игра становится и формой, и содержанием, а интертекстуальность превращается в конститутивный принцип повествования. Если сопоставить принцип автора и героя в романах П. Акройда с принципом «деконструкции» в научно-популярной публицистике западных теоретиков (Дж. Деррида, Ж. Бодрийар, П. Рикёр, Ж. Лиотар, П. де Ман и др.), то можно заметить общую для современного гуманитарного мышления устремленность к частному, «немагистральному» в гносеологии. Выводы делаются из сопоставления деталей, любопытных, но не принципиальных эпизодов, а генерализация, как правило, далека от традиционной серьезности.

Современный постмодернистский нарратив во многом стал реакцией на социокультурные потрясения XX в. Еще в начале столетия были предсказаны глобальные перемены, ведущие к кризису технологической цивилизации с ее культом рациональности, прогресса, либеральных ценностей. История утратила свои прежние ориентиры, а новые оказались то ложными, то непонятными, то ненужными. Новые мировоззренческие константы и эстетические каноны, созданные искусством модернизма в первые десятилетия XX в., были поставлены под вопрос не только торжествующими тоталитарными режимами, не только экологическими катастрофами, «холодной войной», голодом в третьем мире, но и усталостью классики, крахом идей «культуры бюрократии». **Резонанс-эффект социальных и имманентно-культурных сдвигов и породил постмодернистскую ситуацию.** Текучесть картины мира объявляется основным достоинством текста, а релятивизм — важнейшим принципом познания. Аналогичный методологический базис можно в той или иной мере обнаружить и в произведениях У. Эко, Х.Л. Борхеса, и в научных и публицистических сочинениях Бодрийара, Лиотара, Уэлша. Крылатым стало название рассказа Т. Пинчона «Энтропия», репрезентирующее умонастроение эпохи кризиса всей нашей цивилизации, породившей модернизм в литературе. Литературовед В.Н. Чубарова справедливо писала: «Постмодернизм (постструктурализм) принципиально оставляет этому миру свободу действий. Мир

многогранен, истин много, они все равнозначны. Соответственно радикально меняется идеология субъекта в культурной модели постмодернизма. Взамен картины мира с героем, автором в центре приходит объемная картина разных точек зрения, мозаичность как одно из основных средств. Эклектизм выступает как принцип сочетания и соединения достаточно разнородных явлений и смыслов. Современный человек живет между различными культурными порядками, поэтому он принципиально маргинален, т. е. наделен способностью слышать разные голоса и пребывать одновременно в разных смысловых и культурных мирах, объединенных лишь силой его воображения»¹².

Английский филолог и писатель Дэвид Лодж, автор популярного романа «Клёвая работа», связывал категорию «постмодернизм» с функционированием триады: «модернизм — антимодернизм — постмодернизм», отталкиваясь от взаимоотношений метафоры и метонимии в художественном тексте. Д. Лодж не случайно обращался к опыту структуралистов. Интересно в этом плане книга Д. Лоджа «После Бахтина», показывающая сходство и различие методологических установок сторонников «системно-целостного» и «ризоматического» толкования текста. Конечно, категория интертекстуальности, как и сам «метод эмпирической истории», предложенный Лоджем, нуждаются в критической корректировке: отечественная наука выработала свою терминологию и имеет в своем распоряжении надежный аналитический инструментарий. К сожалению, в Англии мало знают о трудах Д. Лихачева, С. Аверинцева, А. Зверева, В. Кожина и многих других, что затрудняет набирающий обороты диалог культур.

Думается, взаимоотношения модернизма и постмодернизма в культуре XX века невозможно понять без учета дихотомии «модернизм — традиционализм», причем последний термин едва ли стоит жестко привязывать к эстетике реалистического искусства. Д. Лодж пишет об «антимодернизме», имея в виду бунт против элитарности и усложненных форм повествования, что сразу же наводит на мысль о расцвете массовой культуры с ее беллетристикой, желтой прессой, научно-популярной эссеистикой и т.д. Если же говорить о традиционном каноне ПТ, то следует упомянуть и проблему типизации в искусстве, которая, как известно, обсуждалась еще во времена Аристотеля, а в XIX веке стала краеугольным камнем теорий реалистов и всех приверженцев социологизма в искусстве.

Постмодернизм в журналистской публицистике особенно ярко проявляется в желтой прессе. Ситуация переизбытка развлекательных материалов, а также избытка малозначительной информации заставляет авторов развлекательных текстов не вникать в суть проблемы, не нырять в глубины медийного потока, а «сканировать» отдельные фрагменты текстов, причем и действительность познается фрагментарно, «атомизированно», неорганично. Мозаичность особенно характерна для желтой прессы. Она проявляется, как показал Е. Сазонов, прежде всего на композиционно-графическом уровне: «В информационную мозаику

превращают газетную полосу казалось бы необоснованное множество шрифтов, подложки самых разных оттенков, гигантские заголовочные комплексы»¹³, — писал автор.

Идея ризоматичности текста, высказанная в статье Ж. Делеза и Ф. Гваттари «Ризома» и перекликающаяся со многими концепциями теоретиков-деконструктивистов (Ж. Деррида и др.), позволяет полнее представить суть эстетического ПТ, находящегося в информационном пространстве Постмодерна. Связь элементов в любой системе, согласно принципу ризоматичности, не подразумевает выстраивания системной иерархии значений и смыслов. Ризома не имеет центра, исходного пункта развития, разрыв в сети значений или аргументов не означает прерывание коммуникативного акта: сетевой принцип организации текстов и дискурсов, отстаиваемый постмодернистами, дает шанс возобновить диалог в любой момент¹⁴. Отсюда культивируемая в прозе Дж. Барнса, П. Акройда, Дж. Барта и т. п. монтажность и фрагментарность композиции. Бахтинская идея полифонизма переосмыслена названными авторами в духе постмодернистской «игры в бисер». Важной стороной ментальности художников-постмодернистов является «игра в игру», намеренное эпатирование читателя, вовлекаемого в креативную игру с помощью пародийно-смеховых интонаций, прецедентных текстов, масок и т. п. Все это позволяет делать выводы о смещении в сторону «события рассказывания» (М. Бахтин), а не самого события или жизненного факта. Часто рассказ «симулирует», передразнивает чужое слово. Глобальная **симуляция** не ощущается как катастрофа. Жан Бодрийар, например, видит в термине «ризомы» отзвук симулякра, копии несуществующего объекта или копии чужой копии. Но он не отрицал наличия ризоматичности в коммуникативных процессах, особенно в новейших медийных системах.

Представляется оправданной следующая гипотеза: **постмодернизм как источник медийной игры стал популярен благодаря глобальной эстетической революции в масс-медиа**. Сетевая ризоматичность наиболее полно отражает суть процессов в Интернете, в информационном пространстве, в котором система гиперссылок обеспечивает самовозобновление МД. Революция в СМИ предшествовала научно-технической революции, венцом которой принято считать роботизацию, изобретение компьютера и создание WWW¹⁵. А в сфере масс-медиа проявлением идеологии постмодерна-игры стала Интернет-коммуникация в блогах. Ее объектом стала и массовая культура, основанная на принципах конвейерной тиражируемости, стилистической и технической унификации и идейной антииерархичности. Интернет — это квинтэссенция постмодернистского строя и стиля жизни, это то пространство, где постмодернизм представлен наиболее развернуто и по форме наиболее адекватно: войдя в Интернет, погружаешься в суть постмодернистской эпохи. Появление Интернета породило множество надежд на формирование более совершенного строя, в котором доступность информации постепенно сократит социальное неравенство, функции государ-

ства окажутся сведены к минимуму, а подконтрольность властных институтов обществу резко возрастет. В подобной культурной среде медийная концепция бытия, виртуальная картина общества, гипертекстовая картина мира эпохи визуализации вызвали к жизни «дебош знаков», диктат симулякров, как метко подметили Ж. Бодрийар и другие теоретики¹⁶, что и ведет нас к проблеме отражения Ниагарского водопада новостей в СМИ с помощью нормированного кодифицированного языка и новаций, выходящих за пределы привычного. Отражением лингвистических процессов в СМИ стала постмодернистская игра, в частности, игра лексическая.

Постмодернисты, соединяя в своем творчестве самые разнородные эстетические элементы, говоря о своих принципах, нередко ссылались на Сартра, Камю и Мальро, но эти ссылки нельзя считать методологическим стержнем! Как правило, у них очевидна сугубо внешняя связь с экзистенциализмом и модернизмом середины XX в., часто встречается экзистенциальная игровая интенция, есть и научно-популярная рефлексия, соединяющая элитарно-серьезный анализ и иронико-китчевый подход к культуре. Для литературы и публицистики XX века такие рассуждения — не новость. Философия экзистенциализма, наглядно проявившая себя во французском романе, знает абсурд как по-своему творческое состояние — следствие смыслопотери, утраты Бога. Логика Дж. Барнса, к примеру, отличается от логики экзистенциалистов. Ее можно сформулировать следующим образом: Бога нет, абсурд близок, но его вполне можно победить, потому что счастье возможно. Счастье — не в абстрактных размышлениях, не в постановке бытийных вопросов, а в постепенном отказе от них, в обретении личной гармонии, спокойствия и состояния, которое все-таки можно назвать счастьем. Модель нравственного движения в прозе Барнса связана с преодолением страха. Религиозно-эпическая тема спасения на ковчеге, построенном по воле Бога, трансформируется в гротескное сообщение о произволе «пьяного Ноя», чей образ сразу же образует «зону familiarity», свойственную и жанру новеллы, и жанру романа, и жанру эссе.

Как и у Диккенса, Т. Гарди, Г. Грина, Дж. Б. Пристли, у современного автора-постмодерниста ирония становится основным способом соединения прошлого и настоящего, методом изображения характеров, приемом выражения авторской позиции. Свободная эссеистическая жанрово-стилевая форма делает автора одним из персонажей пародийного дискурса, мы видим, например, в творчестве Рейфилда, Барнса и Лоджа, не Англию как она есть, а Англию как она видится субъекту-повествователю, осознающему свою субъективность и включающему себя в круг осмеиваемых героев.

Особым статусом в художественном мире **Дж. Барнса и Д. Рейфилда**, как показал Д. Радченко, наделена концепция «жизни», которая оказывается не только нравственно-философским, но и сюжетообразующим фактором. Жизнь в текстах Барнса есть преодоление абсурда и бунта — несостоятельных,

слишком внешних идей. Часто появляется вопрос о счастье, о возможности его обретения в мире. Жизнь — не пассивное пространство, а определенная сила, которая становится событием лишь тогда, когда герой становится на путь личного осознания существования.

Дж. Барнс — один из самых известных современных английских писателей, чье творчество связано с публицистикой. Устойчив интерес к Барнсу в России, на русском языке можно прочесть его основные тексты. И Барнса интересует Россия: «русские темы» обсуждаются на страницах его статей, рассказов и романов, становясь сюжетообразующим материалом, мотивом или деталью¹⁷. Творчество Дж. Барнса принципиально антропоцентрично. В романе «История мира в 10 главах» монтаж разных авторских манер и масок сопряжен с атомизацией картины мира, с субъективно-иронической трактовкой истории человечества. Английского писателя интересуют такие художественные и одновременно нравственные проблемы, как «любовь», «дружба», «счастье», «семейная жизнь», «старение». Можно сказать, что каждая из этих проблем стремится создать свой сюжет. Но даже «История мира...», самый постмодернистский роман Джулиана Барнса, показывает, что деконструкцией, корректирующей иронией и критикой метарассказов постмодернистское повествование не ограничивается. Нужен документ, факт, событие реальной жизни.

Документально-публицистическое начало сильно в третьей главе квазиромана «История мира...», названного Барнсом «Религиозные войны». Это «документальный отчет» о тяжбе XV столетия, в которой столкнулись те, кто обвинял древесных червей в выведении из строя епископского трона и самого епископа, и те, кто защищал создания, не наделенные разумом и действовавшие в согласии с инстинктом. Вряд ли для сюжетного становления романа Барнса важен исход тяжбы, главное — погрузить читателя в фарсовую атмосферу, снижающую значение всех образов, имеющих отношение к религии. **Тотальность иронии здесь очевидна.**

В десятой главе («Сон») романа-памфлета рассказывается о райской жизни, лишенной всех религиозных атрибутов. Здесь удовлетворяются все желания, дни и ночи проходят в бесконечном насыщении товарами и эмоциями, продуктами и спортивными рекордами. Постепенно вырисовывается последнее желание — умереть. Свяznego повествования, фавбулы, так называемых героев нет и в помине, а эта бессистемность — прямое следствие представления о мире, об истории как бессмысленном хаосе. Если и есть в этом романе сквозной «персонаж», так это неистребимый древесный жук, который начинает эту «историю» с рассказа о Ноевом ковчеге, показывая свое умственное и нравственное превосходство над человеком и самим Богом. **И опять перед нами ирония как мироощущение («postmodern sensibility»).**

Сделав реминисцентность стилиевой доминантой, Барнс предлагает модель творчества, корреспондирующую с джойсовским «поток сознания» и сюрреалистическим «автоматическим письмом», дополняя модернистский эксперимент постмодернистской пси-

хологической раскрепощенностью, даже некоторым нарциссизмом. Говоря о цитатности, о наличии прецедента в романе, надо сказать о двух текстах, которые способны прояснить жанровую природу «Истории мира...». Во-первых, это книга Боккаччо «Декамерон». Во-вторых, «Божественная Комедия» Данте. Перекличка с эпохой Возрождения помогает наметить на неизменность базовых инстинктов человека.

Важной стороной ментальности художников-постмодернистов является «игра в игру», намеренное эпатирование читателя, вовлекаемого в игру с помощью пародийно-смеховых интонаций, прецедентных текстов, масок и т. п. Все это позволяет делать выводы о смещении наррации в сторону «события рассказывания» (М. Бахтин), а не самого события или жизненного факта.

В публицистике Барнса, собранной в журнальных статьях и книге «Письма из Лондона»¹⁸, можно выделить три сюжетных линии: литературная критика, политика и современные нравы. О литературе он пишет, анализируя творчество писателей вчерашних и сегодняшних. В статье «Как создавался роман «Попугай Флобера» подчеркивается, что книга — это не жизнь, «как бы нам этого ни хотелось». Литература для Барнса — «нормальное несовершенство»¹⁹, в этом ее — свобода. Литература не претендует на особую роль, она не является учением об изменении жизни, о борьбе со смертью. Литература не связана с идеологией, она отстраняется от политики, не желает обслуживать интересы тех или иных партий. И вот поэтому литература, как считает Барнс, имеет полное право отстаивать свою свободу от всех «критиков». Раз текст остается текстом, признающим свою относительность и даже необязательность, то никто не должен указывать писателю, как ему поступать с сюжетом и героями, какие речи ему произносить от лица разных «повествовательных инстанций». Свобода литературы — в ее относительности. Литература, отказываясь от общезначимого сюжета, от создания мифологических сюжетов, оказывается частной речью, обращенной к тем, кто хочет ее услышать.

В литературной критике Барнса, в частности статьях о Флобере, провозглашается мысль о неподсудности литературы, о ее обязательном освобождении от «моралистов», которые готовы поймать автора на опасных суждениях или ошибочных эстетических ходах. Надо заметить, что выпад Барнса против критиков выглядит несколько высокомерным, даже учитывая, что это речь повествователя, а не самого автора. Критик от рядового читателя отличается не умом или памятью, а интересом к внутренней структуре произведений. Он вскрывает слой за слоем и получает от этого наслаждение, несравнимое с тем, какое может получить рядовой читатель, скользая глазами по гладкой поверхности текста. «Критик» для Барнса лишь одна из фигур в хоре тех, кто не понимает Флобера и готов осудить его за «неправильную» жизнь, за «неправильные» произведения²⁰.

Обыденную жизнь Барнс описал в эссе и очерках «Год путаницы», «Подделка», «Миллионеры в минусе», «Фатва» и др. «Год путаницы», например,

обыгрывает метафору лабиринта. В те годы в Англии был бум на строительство лабиринтов, которые стали символом бухгалтерской путаницы: расходы на строительство общественных аттракционов в парках были велики, а любителей «хапнуть побольше», как замечает автор, хватало. Вспоминая далекое прошлое, когда аристократы строили дома для бедных, разбивали публичные сады, автор с иронией говорит о современниках, о людях конца прошлого века. В эссе «Новый размер лифчика Британии» сарказм Барнса обусловлен стремлением дизайнеров (марок, портретов королей, эстампов и т. п.) преувеличивать размер женской груди на рисунках и фото. Безобидное сопоставление и обыгрывание образов «сусальной старины» и Англии 1990-х гг. позволяет показать нравы и пороки сограждан, позволяет посмеяться над феминистками и т. д.

Политическая публицистика Барнса в рассматриваемой книге представлена статьями «Джо Мейджор шутит», «Миссис Тэтчер: чтобы помнили», «Пробка в Букингемском дворце» и «Депутат — ТВ». В последней статье, написанной в 1990 г., речь шла о Роне Брауне, депутате из Шотландии. Он очень напоминал нашего В. Жириновского: поломал булаву, символ власти спикера парламента, устроил дебош в Глазго, где его арестовали и оштрафовали, ездил в Ливию к М. Каддафи, который тогда был злейшим врагом Запада и т. д. Его история с Ноной, английским клоном Моники Левински, стала предметом судебного разбирательства. Дело «о трусах Ноны» стало громким скандалом. Нона — любовница депутата — подала на него в суд из-за ... украденных им вещей, среди которых оказались злополучные стринги.

Но важнее оказался факт нецелевого использования государственных денег, депутат ездил с Ноной к ливийскому лидеру за счет казны. Папарацци сфотографировали их в душе, после чего вышли сведения в желтой прессе о том, что Нона и Рони занимались сексом в душе в здании Палаты Общин. Автор с сарказмом замечает, что «*Нона завела себе нового любовника, некоего торговца коврами*». Рони как-то неожиданно пришел на квартиру, где встречался с Ноной, и обнаружил там ее нового любовника. По мнению обвинения, член парламента, будучи в нетрезвом состоянии и с воспаленной ревностью, бутылкой спиртного напитка «*вдребезги расколошматил все окна в квартире. Когда перетрухнувшая Нона призвала на помощь торговца коврами, депутат похитил магнитофон, две пары трусов, фотографию Мисс Лондон, литую золотую брошь, пару фарфоровых серег и скрылся с места происшествия*». Согласно утверждению защиты, «*мистер Браун всего лишь тихо, мирно выпивал с Мисс Лондон, когда этот торговец коврами разрушил их семейную идиллию*», и в результате ревности ковроторговца был нанесен ущерб. Более того, в намерения члена парламента не входило надолго лишать Нону ее ценностей. Мистер Браун их взял в качестве залога в обмен на возвращение деликатных, в политическом отношении, кассет. По словам депутата, Нона якобы пыталась шантажировать его 20 тысячами долларов. Здесь у автора получается неувязка, т. к. трудно себе

представить, чтобы «пара трусов» оценивалась так высоко. Но и понять цену вопроса можно: «*дело о трусах Ноны*» служило источником бодрости для суда Короны в Льюисе и прилегающему к нему избирательному округу, голосующему за консерваторов, на протяжении недели». Эта фраза является примером постмодернистской иронии, сочетающей сатирическое нравописание и авторское отстранение от поиска истины. Сказано только, что не только судьи, но и журналисты еще долго вспоминали этот казус, разбирали детали, вели дискуссии об этике политика. Подтекст этой зарисовки таков: что же за вожди нации сидят в парламенте, если депутата фотографируют в душе с девицей? Экспрессивная лексика ПТ, корреспондирующая со снижающей бытовой деталью, позволяет автору намекнуть на то, что политическая ситуация в Англии далека от идеала, что рыба гниет с головы. Далека от идеала нормальных отношений и ситуация в парламенте страны. Использование приемов пародирования, игры с читателем, иронического комментирования отличают статью Барнса от большинства серьезных статей официальных обозревателей, анализирующих прежде всего атомарные факты сегодняшнего бытия.

Постмодернизм в эстетике Барнса — это не стандартная журналистика и публицистика, а продолжение модернистского эксперимента в эпоху релятивизма и недоверия к печатному слову. Это элемент культурологической игры с истиной. Политическая жизнь, показанная Барнсом, предстает как иронический спектакль, коммерциализированное шоу. Это роднит Барнса с Ги Дебором, который и создал терминологическую метафору «общество спектакля». Автор подчеркнул, что в современном мире-спектакле рушится иерархия базовых принципов бытия, на первый план выходят симулякры. Так, герой Барнса попал на экран не как политический деятель, а как герой спектакля, шут, олицетворяющий развал системы, крах старых представлений о порядочности. Барнс как публицист-политолог, как аналитик, который призывает к изменению нравов, важен для истории журналистики своей сатирой, отрицанием лицемерной морали верхов общества. Однако и его стиливые поиски заслуживают упоминания, особенно в связи с распространением мнений о скором закате постмодернизма.

Дональд Рейфилд, преподаватель истории России и Грузии в Лондонском Университете и автор нашумевшей книги «Сталин и его подельники-палачи», известен как критик тоталитарного режима, как биограф генералиссимуса. Талант Сталина-управленца не ставится под сомнение, но сами основы его правления вызывают у автора гнев. Рейфилд отдал небольшую дань Постмодерну. Он еще в конце XX в. стал заметным литературным критиком, соединившим популярную публицистику с научной дотошностью эрудированного филолога-русиста, который, кстати, написал объемистую биографию Чехова, выдержанную в духе фрейдизма. Рейфилд показал малоизвестные взаимоотношения Чехова с семьей и с друзьями, с женщинами, а о творчестве говорил мало, ибо, по

его мнению, писательская биография — это не литературно-критическая штудия, а окно в творческую мастерскую. Книга переведена на русский язык, но издана очень малым тиражом.

Характерны для рассматриваемой формы постмодернистской публицистики «Заметки об Англии» Дональда Рейфилда, пытающегося в коротких зарисовках передать прихотливые движения национального духа, над которыми очеркист и эссеист смеется, сохраняя внешнюю серьезность бытописателя. Анличанин Рейфилд, как и его соотечественники Дж. Фаулз, П. Акройд, Д. Лодж, Дж. Барнс, пытается соединить привычный реализм и такую новацию современных эссеистов (Д. Грюнбайн, У. Эко, М. Павич, М. Кундера, М. Чоран), как явный интерес к сопоставлению научного взгляда на мир и абсурдизма, причем порой еще и с примесью мистицизма. Он играет с нами, прикидываясь чудаком, но, если присмотреться, это очень талантливый интеллектуальный эссеист, ученый-русист, хотя о нем как литературоведе говорят разное, больше снисходительно-критическое. Прочитав нижеследующий пассаж, легко убедиться в странности научно-популярного метода маститого автора. Итак, пример литературной критики Рейфилда:

Всю эту грустную историю можно было бы забыть как типичное последствие викторианского лицемерия и страха перед плотью, если бы она не повторялась так часто. Например, в начале двадцатого века влияние прерафаэлитов, кажется, проникло в Россию: такая же смесь поэзии, дионисийства и христианства, в духе рассказов Оскара Уайльда и рисунков Обри Бердслея, опутала символизм и декадентство. Вспомним странные отношения Вячеслава Иванова (несмотря на свои «Кормчие звезды» и «Cor Ardens» /«Жгучее сердце»/) с женой Зиновьевой-Аннибал, их гомосексуальные эксперименты с Городецким и Маргаритой Сабашниковой наряду с возвышенным культом воздержания, или отношения Блока и Белого с Любовью Дмитриевной Менделеевой, или убийственные опыты Брюсова, который сам вручил влюбленной Нине Петровской револьвер, чтобы избавиться от нее. Современный биограф, даже если он прочитал всего Фрейда, не в силах объяснить странную несовместимость идеала и поведения художников, будь они неоромантики или символисты. Здесь скорее помогут фантазии Гоголя и проницательность Достоевского²¹.

В приведенной цитате интересна игра реальными именами и эпохами, свидетельствующая об энциклопедизме автора, показывающая знание деталей Серебряного века, причем нельзя не видеть преклонения западного человека перед русской классикой, помогающей раскрыть специфику и английского викторианства, и декаданса. Однако приведенный научно-популярный коллаж критика, посвященный девиантно-сексуальным моделям поведения художников, не доказывает практически ничего ученому-литературоведу, это случайные совпадения, выдаваемые за характерную черту. Вряд ли они актуальны для строго литературоведческого рассмотрения той эпохи. Д. Рейфилд-публицист создает в своих заметках

необязательный коллаж из имен, идей и образов, удаляясь от дотошной описательности С. Лема и Э. Тоффлера. Он избегает строгой документально-очерковой манеры письма, предпочитая скетчи и наброски. Он «атомизирует» реальность, «деконструирует» национальный культурный опыт, создавая панораму современной жизни британцев. В «Записках об Англии» Дональд Рейфилд представляет ее древнюю и современную культуру как набор нелепых стереотипов: *«Тот, кто в первый раз приезжает в гости к английскому или еще лучше к ирландскому лорду в те помещицьи дома, которые еще не совсем развалились, поймет, почему готическая повесть до сих пор здравствует в нашей литературе. Гость богатого лорда с трудом жует странные, скудные, полухолодные блюда при тусклом освещении и в почти безмолвной компании; дети хозяйки упряты от гостя в каком-то отдаленном флигеле; в средневековой ванной он напрасно ждет горячей воды и всю ночь страдает от бессонницы: дует из окон, на крыше ухают сычи и филины, и крысы снуют по чердаку, опрокидывая заброшенную мебель. Утром гость стряхивает с одежды чердачную пыль, глотает прогорклый кофе и чувствует себя так, как если бы он вечер и ночь провел у проголодавшихся вампиров»²²*. В этой цитате важно подметить сравнение как если бы он вечер и ночь провел у проголодавшихся вампиров.

Развернутые сравнения с метафорической подосновой делают зарисовки английского эссеиста литературными исследованиями нравов, достоинством которых и является сам язык повествования, само движение образной мысли от частного к общему. Особенно важна для его философского дискурса тема любви, в трактовке которой он близок постмодернисту Дж. Барнсу. Прочитируем эту часть заметок:

Что значит слово «любовь» для англичанина? Прежде чем заглянуть самому себе в душу, я открыл Большой оксфордский словарь. Я нашел такую путаницу предрассудков и упований, что мне сразу стало понятно, почему мы, как народ, в вопросах любви стоим — мягко говоря — поодаль от других народов и языков. Любовь — это «то чувство привязанности, которое основано на разнице полов». (Данное определение устарело, так как наша культура требует, чтобы мы уточнили: «то чувство привязанности, которое основано на разнице — или на одинаковости — полов».) Словарь предлагает нам еще одно определение любви по-английски: «состояние души по отношению к человеку, возникающее из признаний привлекательности, из сочувствия или из естественной привязанности и проявляющееся как нежность и привязанность». Как уютно, как это годится для домашнего очага. Что общего у такой спокойной английской любви с той любовью, которую признают французы или русские?

Говорят, что если бы не было слова «любовь», то вряд ли приходило бы кому-нибудь в голову влюбиться. Любовь внушают нам дешевыми романами, песнями, стихами. Правда, рифмы песен делают много, чтобы определить, что такое любовь. Недаром в русском языке рифмуются «любить», «губить», «убить». А в английском единственные созвучные рифмы love, above, dove, glove — любить, наверху, голубь, перчатка. Тепло и

неопасно. У аристократки-писательницы Нэнси Митфорд есть замечательный автобиографический роман «Любовь в холодном климате». Англичанин и англичанка ищут в любви не горячку, не пожар, а удобную душевную батарею.

У англичан своеобразны не только рифмы, но и семантические отношения слова «любовь». С раннего детства наши священники и преподаватели настаивают на разнице между love — любовь духовная — и ей созвучным lust — похоть, как будто одна исключает другую. Таким образом, нам, англичанам, фактически подносят чувство любви без чувственности, как коньяк без алкоголя. Это еще одно из достижений пуританства, вроде псалтыря без пения, дома без центрального отопления и баранины без чеснока. Святой Павел, кажется, не умер, а поселился в Англии, где обитатели тройным образом определяют любовь, так же как он: любовь love — идеально; эрос lust — плохо, предпочтение liking — желательнее. В нормальной человеческой душе все три слова на «л» (love, lust, like) объединяются в одном чувстве любви, а у нас они разделены.

Аристократы, которые навсегда определили нравственность русских и французов, давно поняли, что любовь — одно, а брак — другое. Любовь — это невольное и простое чувство, брак — это расчетливый и сложный контракт. Как считает современный американский сексолог Рут Диксон, любовь и брак даже несовместимы. Но пуритане и буржуа, наследники Святого Павла, решили, что любовь и брак нераздельны. Недаром в знаменитой английской песне поют, что любовь и брак — это лошадь и карета. Так что тяни, бедная кляча, свою телегу, пока не сдохнешь.

Любовь как двигатель бытия или спасение мира от насилия и лжи, любовь-огонь, любовь-наслаждение, по авторскому мнению (крайне субъективному!), англичанам недоступна. Рейфилд мало заботится о доказательности ПТ. Его полемический настрой определяет выбор семантических единиц, главными из которых надо считать иронию и коллоквиализм. В стилистике Рейфилда огромное место занимают просторечия и слэнг. В приведенной цитате важны такие фразы, как пока не сдохнешь, еще одно из достижений пуританства, вроде псалтыря без пения и т. п. Англичане, как с усмешкой отмечает Рейфилд, берегут уют дома, но не способны на безрассудство, на страсть. Комический рисунок прошлого и современного Англии, ее «лошадную» историю, ее «отвратительную» кухню, ее «постную» мораль, он доводит до абсурда жизненные принципы британского обывателя. Не случайно символы в Англии поменялись. Паук вместо льва становится в «Заметках ...» национальным символом (Любовь к родному гнезду, матриархат, нелюдимость, молчаливость, трудолюбие — чем паук не англичанин?) Если бы Свидригайлов из романа Достоевского вдруг очутился в Англии, он поверил бы, что очутился в аду: в банке с пауками. Англичанин, прежде чем принять ванну, вместо того чтобы открыть краны и смыть все живое из ванны, всегда становится на колени и мылом помогает пауку, застрявшему в ванне, выкарабкаться и спастись. (Англичанка выбегает из ванной и зовет первого попавшего мужчину на помощь).

Постмодернистской чувствительностью проникнута и эссеистика заметного немецкого поэта Дурса Грюнбайна. К публицистике Постмодерна отнести политические эссе Дурса Грюнбайна можно лишь с оговорками. Критик С. Ромашко так прокомментировал их: «Конечно, Грюнбайн не был бы эстетом, если бы не облек свое отчаяние в утонченные, нарочито размеренные, плавные и несколько отстраненные стилизацией формы. Виртуозность изложения и создает тот самый контраст, напряжение, интеллектуальную интригу, которые обеспечили успех его эссеистике»²³. Д. Грюнбайн родился и вырос в Дрездене, а значит, в ГДР. Ему знакомо на собственном опыте многое из того, что составило и нашу судьбу. Оказавшись в западной части Германии, поэт не забыл о своем происхождении, более того, его особый опыт, наверное, и придавал его стихам и статьям нечто, отличавшее их от работ «чисто западных» коллег. Во всяком случае, в таком взгляде на события современности чувствуется — при всех различиях — и что-то родственное нам. Он критически оценил исторический опыт нашей страны в эссе о Сталине. Известный эпизод с Бехтеревым, диагностировавшим заболевание Сталина, и разделившим участь многих ученых, лечивших тирана, дает Грюнбайну повод к тотальной иронии не только в данном эпизоде. В «Радикальном лечении» эстетический объективизм автора ведет к отказу от вывода-назидания, хотя подтекст усеченной притчи о фюрере и ученом не оставляет сомнений в идейном смысле высказывания. Текст зарисовки отличается лапидарность и мрачная ирония, которая сопряжена с политическими намеками, аллюзиями на жестокость режима:

Сталин — «параноик у власти», к такому заключению пришел Бехтерев, самый знаменитый ученик физиолога Павлова. Через три дня после частного визита к кремлевскому владыке он умер при загадочных обстоятельствах, вероятно, был отравлен, как какой-нибудь соперник времен Римской империи. Сталин просил Бехтерева обследовать его, с тем, чтобы выявить возможные болезни. Приехавший в Москву на научный конгресс Бехтерев не смог отказаться, хотя друзья его предостерегали. Вызванные страхом сомнения он решил в пользу правдивости лечащего врача. До сих пор отдается эхом вопрос, который задал ему Сталин — то ли по наивности, то ли из крестьянской хитрости: «Параноид? А что это такое — паранойя?» Бехтерев никогда не смог бы нарушить врачебную тайну, предав диагноз огласке. Лишь ближайшие друзья узнали о его профессиональной неудаче, прежде чем он скончался.

Две лексико-семантические триады в данном ПТ излучают преобладающую семантику, передают авторский пафос антитоталитаризма и дают необходимый автору суггестивный тон: а) диагноз — болезнь — смерть, б) власть — владыка — страх. Данные слова, подкрепляемые повтором ключевой лексемы («Паранойя») и ее разновидности, создают эмоциональный фон и нужную интонацию горько-иронического скепсиса. Жанрово-композиционная установка писателя, стремящегося к предельной лаконичности, обусловлена таким канонам нашего времени, который выражен в авторской формуле «Короче, еще короче». Грюнбайн

не обсуждает тему с той дотошностью, с какой обсуждали тоталитаризм Дж. Оруэлл, А. Солженицын и т. п. Но его вклад в антитоталитаристский дискурс велик уже потому, что в нескольких фразах он смог подчеркнуть относительность «радикального лечения». Как и Дональд Рейфилд, автор книги о Сталине, немецкий автор видит в сталинизме зло самодостаточного насилия, растлевающее воздействие власти на личность. Человеческая агрессивность в тоталитарных обществах приобретает силу духовного наркотика. Но это явление автор, в отличие от английского коллеги, не описывает, а лишь обозначает, уводя знающего читателя в глубокое подтекста и контекста.

В эссе «Транзит Берлин», посвященном космонавту Виктору К., авторская оценка нашей страны еще более явно выражена: «Несколько маленьких революций и больших путчей пронесли по стране. Держава, семидесятилетняя махина, гражданином которой он был, распалась... Начальство, пославшее его на орбиту, исчезло из коридоров власти... портреты вождей и скульптуры героев по всей стране сметены порывом ярости, которая сама уже растворилась без следа». Далее мы можем увидеть в тексте следующие лексемы и словосочетания, выражающие суть идейной оценки современности и России в частности: а) «Крушение советской империи», «монотонное повторение и параноидальная замкнутость», «коммунистический епископ Сталин», б) «трещит по швам», «выброшено на помойку», в) «дуализм», «фюрер», «абсурд», «шпион», «мусор», «смерть», «лагерь», «танк». Даже беглый взгляд на лексический уровень плана выражения дает основание говорить об обостренном ироническом взгляде молодого немца Д. Грюнбайна на историю Европы XX века. Это взгляд либерала, не приемлющего официоз, враждебно относящегося к «фюрерам» любой масти. Децентрация — лейтмотив эссе «Transit Berlin»: *«Усталый дуализм, морок зла-и-добра пронизывал каждое тело, каждый мозг и с годами превратился в географически-политически-анатомический разрыв, от которого не могли ускользнуть ни одна биография, ни одно мировоззрение, ни один эстетический проект. Но кто же был действующим лицом, а кто свидетелем? Кому выпал комфорт внутренней дистанции, левого или правого идеологического лейтмотива, а кому — роль заложника в сценарии властвующих сил?... Ведь ни один речевой акт не может продержаться в ситуации транзита дольше следующего переименования, дольше следующего падения иерархии. Достигли ли мы наконец того состояния, которое Ницше уже сто лет назад считал средой обитания интеллекта и искусства, оказавшись в знаковом мире иллюзии, где свободная ложь играет элементами мира, все больше и больше растворяющегося в изменчивости своих проявлений?»²⁴*

Очевидно, что перед нами эстетическое целое с преобладающим мотивом авторского вопрошания, с героями, усталый дуализм которых отверг пресловутый основной вопрос философии, отверг сакраментальный морок зла-и-добра. Герои Грюнбайна, оказавшись в знаковом мире иллюзии, в ситуации падения иерархии, становятся героями «постмодернити», как и американцы в эссе Бодрийара. Это герои-пере-

смешники, отказавшиеся от поиска истины. Но они не враги истины, они даже помогают своим скептическим тоном еще раз задуматься о внешне понятных вещах. Можно, анализируя данный текст, в целях воссоздания макроконтраста, обратиться и к таким притчеобразным эссе Грюнбайна, как «В ярме», «Помилование», «Новый человек», с тем, чтобы понять широту картины и многообразие ассоциаций, а также с тем, чтобы убедиться, что для поэта-интеллектуала граница между поэзией и эссеистикой прозрачна, его статьи звучат как ритмизованная проза²⁵. «Вавилонский мозг» Дурса Грюнбайна изначально тяготеет к монтажу и калейдоскопическому ризоматически многолинейному нарративу.

Эссе Грюнбайна сатиричны, в них обыгрываются злые шутки истории, поэтому юмор-макабр автора ощутим в зарисовках, где тот насмехается над человеческой историей, показывая смятенного маленького человека или рисуя личность как ничтожную частицу бытия, непостижимого в своей запутанности. Его герои (Сталин, Фрейд, Гете) ищут какую-то истину, но автор показывает тщетность их усилий. Истины нет, есть лишь ее подобию или версии. Рассуждения автора во многом представляют собой интроспекцию, взгляд внутрь себя. Как и Рейфилд, он соотносит себя с нацией, но не испытывает по этому поводу ничего, кроме самоиронии. Его культурологические изыскания вобрали в себя очень многое из того, что накопила европейская культура за многие века.

Грюнбайн, безусловно, многое унаследовал от немецкой классики, ведь и Гёте увлекался натурфилософией, считая ее одним из ключей к пониманию мироздания, а следовательно, и природы человека. Но при всем сходстве есть одно существенное отличие: если в обращении Гёте к природе заключено стремление прикоснуться к мировой гармонии, то современный автор уже не способен к такому прямому диалогу макро- и микрокосма. Слишком многое произошло за это время и во внешней (политические катастрофы XX века), и во внутренней истории человека (появление психоанализа, философии экзистенциализма, художественного авангарда).

Реальность разделенного Берлина, воспитавшая несколько поколений его горожан, рухнула вместе с ненавистной им стеной. Как русский космонавт, вернувшийся после распада Советского Союза в чужую страну, автор принимает происходящее в России с чувством растерянности и экзистенциального страха перед историей. Граница между мирами, где даже время текло по-разному, была прочерчена не только в городе Берлине или в Европе, но и в душах людей. Стена становится эмблемой национальной трагедии немцев, но в то же время и символом глупости русских коммунистов, возмечтавших о всемирной победе социалистического лагеря. Географическая децентрация, по мысли автора эссе, сменилась децентрацией психологической, политический кризис сменился кризисом идентичности.

Таким образом, постмодернизм в системе коммуникативных отношений порожден изменениями в культуре, в психологии массового общества, в струк-

туре масс-медиа. Его влияние на ПТ очевидно, хотя примеров чисто постмодернистских ПТ немного. Поэтому следует говорить об элементах, признаках, свойствах дискурса, но не о мире конкретных авторов. Предельно важна в этом случае культурократическая трактовка самой категории «постмодернистская чувствительность».

Картина мира в журналистике не может быть излишне сложной по определению, газеты читают не только академики. Медийная картина мира предполагает существование языковой личности среднего уровня. Она стереотипна, что не исключает ее разнообразия. Она манипулятивна и предвзята, что не исключает ее познавательной ценности. Она симультанна и синергетична, что не исключает ее «планового» и предсказуемого развития. Подчеркивая сущностную роль языка в создании иронико-смеховой медиапродукции, коммуникативисты (Дж. Фиск, Д. МакКьюэлл, Дж. Карен и др.) видят в нем систему знаков для отображения (репрезентации) недолжной действительности, но также и в то же время инструмент, способ создания «конвенционального набора значений» для адаптации аудитории в этом мире кривых зеркал²⁶.

Если мы возьмем научно-популярную публицистику, то здесь можно говорить о двух видах влияния эстетики постмодернизма на авторов. Прежде всего, это влияние на игровой характер обсуждения серьезных проблем и дискуссий. Вторая деталь, которая свидетельствует о влиянии постмодерна на научно-популярные рассуждения авторов, близких к этому направлению, это, прежде всего, релятивизация ценностей. Постмодернисты, как правило, отказываются принимать одну истину, какие-то высшие ценности. Они уважают человека, но при этом иронизируют над ним и над собой. Рассматривают человека таким, каков он есть, и со всеми слабостями его любят. Например, Барнс любит англичан, он не выделяет себя среди них, не ставит выше. Но в своей публицистике (в «Письмах из Лондона») использует иронию, метод отстранения. Тем не менее, он никогда не уходит от своих героев, от жизни, а находится непосредственно в гуще всех событий, которые анализирует как публицист-социолог и культуролог.

Постмодернизм привнес в язык СМИ немало новаций. В первую очередь хотелось бы отметить «бунт против обыденности». Модернисты и декаденты, продолжая романтическую традицию, тоже не признавали серой прозы бытия, мелочной буржуазной действительности. Но в XX в. речь обычно шла о борьбе против унылой сытости мещан и голодной убогости низших слоев населения. Сегодня бунт против однообразия жизни и немой посуды ограничен рамками иронии и самоиронии. Ни о какой борьбе с масскультом, например, и речи быть не может, так как постмодернистский МД и манифестирует одну из граней победившей культуры потребления.

Другое дело язык и речь о повседневной суете. Здесь простор для фантазии невиданный, что и породило обилие журналистских экспериментов и компьютерных лингвистических «переворотов». *Игра сама по себе известна давно, но в последние десятиле-*

тия она часто стала не приемом, а смыслом работы некоторых медийных работников-изобретателей и даже серьезных редакторов. Именно абсолютизация приема и делает его приметой направления. Информация в СМИ, как отмечено выше, в наше время стала в первую очередь плодом корпоративных усилий, что еще более приблизило ее к фольклорному типу смыслопорождения и к лингвистической матричности повествования. Сегодня матрица в мировоззренческой плоскости базируется на скепсисе и насмешке над устоями. Это глобальная примета времени, ключевая примета эпохи постмодерна, влияющая на все уровни лингвокультурологического бытования ПТ.

Подчеркнем еще раз: публицистика постмодернизма — явление реально существующее и многообразное. В той или иной степени парадоксы эпохи отражены в художественной форме современного эссе, в методах современной журналистики. Но смысл постмодернистского произведения рождается только при его взаимодействии с аудиторией. На художнике лежит большая ответственность, но немалая доля этой ответственности лежит и на читателе. Особенности постмодернистского творческого подхода предоставляют ему возможность не только потреблять готовую мысль и готовый образ, но и принимать активное участие в формировании получаемой эстетической и научной информации, создавать собственное произведение на основе авторского. Рассмотрение эстетики постмодернизма позволяет сделать выводы о закономерности присутствия элементов данного культурного явления в современных масс-медиа. Если мы возьмем научно-популярную публицистику, то здесь можно говорить о двух видах влияния эстетики постмодернизма на авторов. Прежде всего, это влияние на игровой характер обсуждения серьезных проблем и дискуссий.

Постмодернизм, отменяя иерархию ценностей, освобождает ПТ от благоглупостей гражданственности, от ангажированной патетики, но в то же время порождает антитоталитарную скептическую улыбку, подобную улыбке Чеширского кота. Ясность мысли в их творениях уступает место намеренной двусмысленности. А это меняет как стиль МД, так и картину мира. Меняется, конечно, и облик героя публицистических дискурсов, облик человека, оказавшегося заложником массовой культуры с ее усредненным либо намеренно вычурным, экстравагантным языком. Теряется таким слегка оболваненным героем сам идеал общения, как следствие потери истинной социальности, а от этого страдает прагматическая и понимающе-коммунальная цель СМИ. А любая творческая деятельность базируется на каком-то целеполагании, идеальном представлении о конечном результате. Постмодерн с его установкой на игру смыслов использует эту аксиому, рисуя «копии копий» и квазисобытия, скрывающие за точностью и реализмом деталей некую виртуальную картину мира, в которой все относительно и об истине говорить нельзя по определению. Вроде детали знакомые, а целое ускользает, становится амбивалентным.

г. Воронеж

Примечания

1. См.: Громыко Н.В. Интернет и постмодернизм — их значение для современного образования // Вопросы философии. — 2002. — № 2. — С. 175; Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М. — 2005. — 448 с.; Хорольский В. Публицистика и литература в эпоху постмодерна (сотрудничество и конкуренция). // Акценты. — 1997 — №2. — С. 34.
2. Землянова Л. О постмодернизме в коммуникативистике. // Вестник МГУ, серия 10, журналистика, 1998, №3. — С. 35. А также: Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Логос. 2000. № 4. С.45-57; Хорольский В. Деконструкция и современная западная научно-популярная публицистика. // Проблема национальных идентичностей в литературах Старого и Нового света. Мат. Международ. Науч.конф. Минск, 2002.—С.119-122.
3. См.: Радугин А.А. Культурология: курс лекций. М.: Центр, 1997. — С. 237-239.
4. Землянова Л. О постмодернизме в коммуникативистике... С. 38.
5. Рорти Р. Случайность, ирония, солидарность. — М.: Рус. феноменол. о-во, 1996. — С. 30, 31.
6. Там же.
7. См. подробнее: Хорольский В. Публицистика экзистенциалистов как начало постмодернистской культуры письма // Вестник кемеровского университета. Сер. Журналистика, Кемерово, 2002, — № 3. — С. 42-56.
8. Медийный дискурс (МД) — это не только совокупность текстов на одну тему, но и реализация коммуникативных возможностей языка в сфере масс-медиа, это функционирование текстов в поле информационной массовой культуры. Медийная культура эпохи Постмодерна предполагает соединение в МД серьезности и улыбки, журналистику последних десятилетий трудно представить без гедонистической игры смыслами и словами. Публицистика постмодернизма — явление реально существующее и многообразное. В той или иной степени парадоксы эпохи отражены в художественной форме современного эссе, в методах современной журналистики. Но смысл постмодернистского произведения рождается только при его взаимодействии с аудиторией. Особенности постмодернистского творческого подхода предоставляют ему возможность не только потреблять готовую мысль и готовый образ, но и принимать активное участие в формировании получаемой эстетической и научной информации, создавать

собственное произведение на основе авторского.

9. Цит. по: Harvey D. The Condition of postmodernity. Oxford, 1990, — P. 15.
10. Там же.
11. Барнс См.: напр., Барнс Дж. Англия, Англия. Роман / Пер. с англ. С. Силаковой. — М.: АСТ ЛЮКС, 2002. Бродский В. Обзор книг Джулиана Барнса // <http://www.barns.net.ru/lib/ar/author/765>
12. Чубарова В. Современное литературоведение: теоретические лики // Филологический вестник Ростовского гос. университета. 1998, №1 — С. 6.
13. Сазонов Е.А. «Желтая» пресса в контексте развития печати XX века (социокультурный аспект). Автореф. дисс... уч. ст. к.ф.н. — Воронеж, 2004.—18 с.
14. Постмодернизм. Энциклопедия. Грицанов А.А., Можейко М.А. (Ред.) / — Минск, 2001.<http://infolio.asf.ru>
15. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург, 2004. — 384 с.
16. См.: <http://www.megachip.info/mc/russo.htm>
17. См.: напр., Барнс Дж. История мира в 10 главах. / Пер. с англ. В. Бабкова, — М.: АСТ ЛЮКС, 2005. — 348с. А также: Барнс Дж. Англия, Англия. Роман / Пер. с англ. С. Силаковой. — М.: АСТ ЛЮКС, 2002.
18. Барнс Дж. Письма из Лондона. М.:Хранитель, 2008. — 446 с.
19. Барнс Дж. Лимонный стол: сб.: пер.с англ. И. Гуровой и Л. Мотылева. — М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Транзит-книга, 2006.
20. Барнс Дж. «Роман — это живая материя...» / беседа-вал Сапожков Ю. // Лит. газ. — М., 2003. — № 47.- С. 6.
21. Рейфилд Д. Заметки об Англии. // Иностранная литература. 1994, № 6.—С. 229.
22. Рейфилд Д. Заметки об Англии... С. 228.
23. <http://magazines.russ.ru/inostran/1998/1/grunbein.html>
24. Грюнбайн Д. Галилей измеряет Дантов ад // Иностранная литература, 1998, N1. — С. 146.
25. Грюнбайн Д. Ук.соч. — С. 144. (<http://magazines.russ.ru>)
26. Fiske J. Introduction to Communication Studies. London and New York, 1997. P. 14. Curran, J., Gurevitch, M., Woollacott, J. The Study of the Media: Theoretical Approaches // Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., Woollacott, J. Culture, Society and the Media. Part 1. London, 1982. — P. 27.



В. Голуб

Реклама в Интернете и киберпреступность

Рекламный бизнес всё в большей степени переносится в виртуальное пространство глобальной компьютерной сети. Объемы интернет-рекламы показывают стойкую тенденцию к быстрому росту. По опубликованным данным в 2010 году наблюдался рост интернет-рекламы на 15 % по отношению к предыдущему году, при этом общий доход составил \$26 миллиардов [7].

Не удивительно, что современный рынок интернет-рекламы, на котором оборачиваются весьма значительные суммы, привлекает внимание киберпреступников. Высокотехнологичный криминальный бизнес, использующий глобальную компьютерную сеть, нашел возможность применить технические наработки, чтобы незаконно зарабатывать на рекламе, размещаемой в Интернете. При этом эксплуатируются те способы, которые лежат в основе сетевых рекламных технологий, направленных на увеличение посещаемости того или иного сайта.

Некоторые распространенные способы рекламирования сетевых ресурсов могут использовать специальные аппаратные и программные средства с целью реального или мнимого увеличения эффективности рекламы, причем не всегда эти средства являются законными. Рассмотрим некоторые распространенные способы интернет-рекламы и их использование для извлечения прибыли с применением криминальных методов.

Одним из самых распространенных видов рекламы в Интернете является баннер — небольшой рекламный модуль, часто анимированный, содержащий гиперссылку на рекламируемую интернет-страницу так, что простой клик по баннеру переадресовывает пользователя на эту страницу. Стремление упорядочить баннерную рекламу привело к появлению баннерообменных сетей, использующих «показ» баннера в качестве единицы виртуального взаиморасчета, осуществляемого через посредника, причем количество показов, характеризующее массовость охвата пользователей рекламой, стало возможным приобрести за деньги [8]. Это определяет возможность заработка «на кликах», когда за каждый клик по баннеру может начисляться определенная сумма. Как показывают расчеты, получение сколько-нибудь серьезных денежных сумм при «честном» просмотре сайтов через баннеры представляется нереальным [3]. Однако существуют специальные программы — троянские программы интернет-«кликеры» (Trojan-Clicker), которые автоматически генерируют поток обращений к обращениям к запрограммированным интернет-ресурсам. Для выполнения такой функции троян либо отправляет соответствующую команду интернет-браузеру, либо выполняет замену системных файлов, в которых ука-

заны адреса интернет-ресурсов (например, файл hosts в MS Windows). Работа такой программы позволяет имитировать посещения интернет-страницы, «увеличивая» их количество, что может приносить весомый доход «хозяину» трояна. Трояны-кликеры относятся к самому многочисленному классу вредоносного программного обеспечения — программам типа «Троянский конь». (Троянская программа — «Троянский конь», троян, троянец, Trojan — компьютерная программа, скрытно осуществляющая несанкционированные пользователем действия.)

Следует отметить, что кроме увеличения посещаемости определенных сайтов с целью увеличения показов рекламы, такие троянские программы могут быть использованы для организации атак на отказ в обслуживании (DoS-атаки, Denial of Service) на какой-либо сервер.

Другим всё более часто используемым видом интернет-рекламы является контекстная реклама, суть которой состоит в размещении рекламного материала на интернет-странице, содержание (контекст) которой соответствуют содержанию рекламного сообщения. Возможность получать вознаграждение за клики по контекстным объявлениям обуславливает интерес к использованию соответствующих троянских программ для автоматизации множественных обращений к контекстной рекламе аналогично тому, как формируется поток кликов по баннерам.

Распространенным вариантом рекламы в Интернете является представление рекламных сообщений в виде всплывающих окон. Для увеличения числа их показов на компьютер пользователя может быть несанкционированно установлено специальное программное обеспечение, которое принято определять как рекламное ПО (Ad-Ware). Такие программы относятся к категории нежелательного программного обеспечения и могут рассматриваться как одна из разновидностей вредоносного ПО, так как, во-первых, их установка осуществляется без ведома пользователя компьютера, во-вторых, действие рекламных программ создает психологический дискомфорт при работе и, в-третьих, под видом adware-компонентов на компьютер могут проникать программы-шпионы (Spy-Ware), скрытно собирающие и передающие персональные данные пользователя компьютера [5]. Шпионские программы являются весьма опасными, так как приводят к утечке конфиденциальной информации.

Одним из самых эффективных и широко распространенных видов рекламы в глобальной сети является почтовая рассылка — рассылка по каналам электронной почты собственно рекламных сообщений или веб-ссылок на рекламируемый ресурс.

Достаточно быстро почтовые рассылки в большей своей части стали несанкционированными (так называемый «спам») и в настоящее время спамерские электронные письма составляют львиную долю от общего количества почтовых сообщений в Интернете (например, по данным Лаборатории Касперского, доля спама в почтовом трафике во втором квартале 2011 года в среднем составила 82,5 % от общего числа электронных писем и продолжает расти [6]). Массовым явлением стало использование спамерских рассылок для распространения вредоносного программного обеспечения. Есть два основных способа внедрения вредоносного, в частности, вирусного ПО на компьютер пользователя через электронную почту: вложения к электронному письму, содержащее вредоносные программы и ссылка в тексте электронного письма на хакерский сайт с вредоносным программным обеспечением (чаще всего им являются разнообразные троянские программы или сетевые черви) или легальный сайт, на который предварительно установлены программы-«зловреды». Таким образом, почтовые рассылки стали одним из основных каналов распространения компьютерных вирусов и других вредоносных программ.

Наиболее результативным способом осуществления спамерских рассылок, а также реализации возможностей троянов-кликеров и рекламного вирусного ПО является использование криминальных компьютерных сетей — бот-сетей. Бот-сеть (ботнет, бот, bot-net) — компьютерная сеть, объединяющая зараженные компьютеры, логически объединенные в сеть с помощью центра управления, позволяющего злоумышленнику централизованно управлять ими и использовать их по собственному усмотрению [1].

Отдельные ботнеты могут по команде владельца выполнять массовые почтовые рассылки, распространяя спамерские рекламные сообщения. Другие — рекламные ботнеты — специально создаются для незаконного заработка на интернет-рекламе путём накручивания «кликов», показов рекламных всплывающих окон или эмуляции перенаправления пользователей на рекламируемый сайт. В последнем случае используется то обстоятельство, что увеличение посещаемости сайта может быть достигнуто с помощью услуг, предоставляемых рекламными сетями, а для привлечения посетителей на интернет-ресурс рекламодателя, ссылки на этот ресурс размещаются на сайтах участников рекламной сети. Доход владельцев сети составляют выплаты рекламодателя за каждого пользователя, привлеченного на его ресурс. Прибыль владельцев сайтов, размещающих у себя рекламные ссылки, растет от перенаправления посетителей на ресурс рекламодателя, что и осуществляется с помощью ботнета. При этом обеспечивается заработок как владельцев ботнета, так и недобросовестных партнеров и владельцев сайтов, размещающие рекламные ссылки, а также увеличивается и доход рекламных сетей. Как указывается Кадиевым и Карнаевой, многие из владельцев сайтов и партнеров рекламных сетей даже не знают о том, что заработать им помогает ботнет [2].

Для того чтобы сформировать ботнет, необходимо множество компьютеров превратить в компьютеры-«зомби», объединённые в единую сеть (бот-сеть), которой можно дистанционно управлять незаметно для владельца компьютера. Для этого необходимо, прежде всего, скрытно установить на пользовательские компьютеры специальные троянские программы-загрузчики или трояны-бэкдоры (Trojan-backdoor), предназначенные для удаленного администрирования. Например, рекламный ботнет Artro формируется с помощью предварительно установленного в инфицируемый компьютер загрузчика Trojan-Downloader.Win32.CodecPack, который распространяется по обычным для вредоносных программ схемам: через ссылки на содержащие вредоносные файлы, сайты, специально созданные порноресурсы, хакерские видеохостинги и т.п. [2]. В конфигурационном файле этой вредоносной программы содержатся ссылки на несколько программ, которые он способен загрузить из Интернета в компьютер, причем ссылки могут вести не только на рекламные программы, но и на вредоносные файлы. Независимо от того, какие ссылки содержатся в коде загрузчика, обязательно есть программы, которые он скачивает всегда, — это программы, показывающие рекламу (Adware) и совершающие клики по ссылкам, рекламным баннерам и всплывающим окнам (кликеры), определяющие основной доход владельцев ботнета [2]. Так как в бот-сеть включены десятки, а иногда сотни тысяч компьютеров (число компьютеров рекламного ботнета Artro составляет в разное время от нескольких десятков тысяч до 150 тысяч), то доход владельца бот-сети оказывается весьма внушительным, достигая по опубликованным данным \$2000 в сутки [2]. Таким образом, интернет-реклама активно используется кибер-преступниками для получения криминальных доходов.

Следует подчеркнуть, что возможности ботнетов значительно шире, чем только получение, по сути, криминального дохода от работы с рекламой. Наиболее активно ботнеты используются для блокирования интернет-ресурсов, путем организации распределенных атак на отказ в обслуживании (DDoS-атак). Весьма часто DDoS-атаки проводятся на сайты средств массовой информации, которые размещены в Интернете: по данным за первые три месяца 2011 г. большой процент хакерских нападений приходился на сайты СМИ (7 %), а также блоги и форумы (8 %), которые по существу являются социальными СМИ. Более того, абсолютно наибольшее число атак на отказ в обслуживании было нацелено также на сайт одного из СМИ [4].

г. Воронеж

Примечания

1. Бот-сеть // Securelist. — (<http://www.securelist.com/ru/glossary?glossid=152528351>).
2. Кадиев Алексей. «Рекламный» ботнет / Алексей Кадиев, Мария Гарнаева // Securelist. — (http://www.securelist.com/ru/analysis/208050693/Reklamnyy_botnet).
3. Как заработать деньги на кликах в Интернете // (http://www.delaydengi.com/2009/02/09/kak_mozhno_

zarabotat_na_klikakh.html).

4. Обзор DDoS-атак во втором квартале 2011 года // Securelist. — (http://www.securelist.com/ru/analysis/208050712/Obzor_DDoS_atak_vo_vtorom_kvartale_2011_goda).

5. Рекламные программы // Securelist. Глоссарий. — (<http://www.securelist.com/ru/glossary?letter=242>).

6. Спам во втором квартале 2011 // Securelist. — (http://www.securelist.com/ru/analysis/208050711/Spam_vo_vtorom_kvartale_2011).

7. Сухомлинова Анастасия. Каковы доходы от интернет-рекламы за 2010 год? / Анастасия Сухомлинова // (<http://webcrunch.ru/news/2011/04/14/online-ads-revenue/>).

8. Технологии интернет-рекламы : вчера, сегодня, завтра // Новые идеи бизнеса Hobiz.ru. — (<http://www.hobiz.ru/internet/promo/imarket>).

9. Цифра недели : владельцы «рекламных» ботнетов зарабатывают до \$2000 в сутки // KasperskyLab. — (<http://www.kaspersky.ru/news?id=207733476>).



А. Яблонских

Виды сайтов и особенности написания текстов для них

Сайты имеют свою методологию и различаются характеристиками. Домашние страницы — это личные сайты, которые часто не имеют собственного доменного имени, их адреса формируются как домены третьего уровня (vasya.narod.ru) или как «адреса с тильдой» (www.provider.ru/~vasya). В этом случае значок «тильда» (~) отделяет сайт пользователя от сайта, которому принадлежит доменное имя. Как правило, эти два сайта никак не связаны. Домашние страницы могут быть совершенно разными по содержанию, объему и посещаемости. Причём по последнему параметру они иногда могут догонять развлекательные ресурсы.

Визитка — небольшой сайт, как правило, состоящий из нескольких веб-страниц, содержащий основную информацию о коммерческой или некоммерческой организации, частном лице, компании, товарах или услугах, прайс-листы, контактные данные и форму обратной связи. Сайт-визитка кратко представляет лицо, компанию, продукт или услугу в сети Интернет. Данный вид популярен среди работающих в сфере услуг небольших компаний, частных специалистов и индивидуальных предпринимателей-консультантов, адвокатов, врачей и т. д. Сайт-визитка может быть как динамическим, так и статическим.

Корпоративный сайт — сайт компании (организации), разновидность классификации типа сайта по функциональному назначению. Обычно на корпоративных сайтах размещают подробную информацию о компании: описание услуг, сервисов, продуктов, открытых вакансий. Как правило, корпоративный сайт отличается от сайта-визитки более сложной информационной архитектурой, наличием системы управления контентом (содержимым) CMS). Внешнее оформление (дизайн) корпоративного сайта соответствует фирменному стилю компании. Сайты данного типа ориентированы на существующих и потенциальных бизнес-партнеров, а также прессу. Их задача — предоставить общую информацию о компании, ее товарах и услугах, не делая акцент на том или ином конкретном продукте.

Промо-сайт используется как инструмент маркетинговой политики для продвижения каких-либо товаров, услуг или брендов. Его задачи — заинтересовать целевую аудиторию путем показа характеристик и преимуществ продвигаемого объекта, создать «правильные ассоциации» и обратный канал взаимодействия с потребителями, сформировать комьюнити потребителей. В конечном итоге создание промо-сайта всегда направлено на увеличение продаж. Его основная задача — реклама продукта или услуги, приводящая к совершению покупки. Дизайн для сайтов данного типа имеет ключевое значение.

С промо-сайтом обычно ассоциируется насыщенный дизайн, использование флэш-анимации и различных динамических элементов, но такой подход применим далеко не всегда. В каждом случае концепция обсуждается отдельно, с учетом специфики целевой аудитории, продвигаемого объекта, каналов продаж и других факторов. При разработке концепции дизайна сайта важно придерживаться общей концепции продвижения (если есть ее визуальное сопровождение), но при этом создать четкий, запоминающийся образ, который положительно воспримет целевая аудитория продвигаемого объекта. Обычно разработка дизайна промо-сайта начинается с создания визуального ряда (иллюстраций), далее обсуждаются правила их размещения на страницах, анимация и т. п.

Социальная сеть направлена на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями. Обычно на сайте сети возможно указать информацию о себе (дату рождения, школу, вуз, любимые занятия и другое), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники. Различаются открытые и закрытые социальные сети. Одна из обычных черт социальных сетей — система «друзей» и «групп».

Порталы могут быть классифицированы по различным параметрам. Горизонтальными принято называть порталы, охватывающие много тем, например Yahoo или Яндекс. Заметим, что возникновение портала вокруг поисковой системы является типичным. Вертикальными называются специализированные тематические порталы. Принято также подразделять порталы на интернациональные и региональные (Yahoo принадлежит к первому типу, а Яндекс, сконцентрированный преимущественно на Рунете, ко второму). Вдобавок порталы подразделяются на публичные и корпоративные. Публичные порталы ориентированы на всех Web-пользователей. Они являются Интернет-эквивалентом публичных библиотек: каждый может войти и использовать все, что представлено на экране (Yahoo!, MSN). Корпоративный портал отличается ориентацией на специфичный тип пользователей (сотрудники, партнёры). Хотя такие порталы нередко имеют и внешний интерфейс для публичного использования, он отличается по предоставляемым возможностям от внутреннего.

Каталог интернет-ресурсов или просто интернет-каталог (англ. web directory) — это структурированный набор ссылок на сайты с кратким их описанием. Каталоги обычно различаются по тематике. Среди них встречаются каталоги-рейтинги, предназначенные для того, чтобы пользователи могли добавлять

свои сайты в рейтинги и следить за их положением в данном каталоге. Наибольшей популярностью из них пользуются каталоги музыкальных сайтов, сайтов учебной тематики, эротических сайтов. Для учета рейтинга каталоги выдают специальные счетчики, которые необходимо установить на сайт, за преднамеренную накрутку счетчиков сайт могут исключить из рейтинга.

Форум предлагает набор разделов для обсуждения. Работа форума заключается в создании пользователями тем в разделах с последующим обсуждением внутри этих тем. Отдельно взятая тема, по сути, представляет собой тематическую гостевую книгу. Распространённое строение веб-форума: разделы темы сообщения.

Сайты могут быть классифицированы по доступности. На открытых сайтах все сервисы полностью доступны для любых посетителей. Полуоткрытые сайты для доступа предлагают зарегистрироваться (обычно бесплатно). Закрытыми могут быть как служебные сайты организаций (в том числе корпоративные сайты), так и личные сайты частных лиц. Они доступны для узкого круга людей. Доступ новым посетителям обычно даётся через т. н. инвайты (приглашения).

По содержанию сайты делятся на статические и динамические. Всё содержимое первых подготавливается заранее. Пользователю выдаются файлы в том виде, в котором они хранятся на сервере. Обновление информации происходит редко, нет предустановленной системы администрирования; На динамических сайтах установлена система администрирования, содержимое регулярно обновляется или генерируется специальными скриптами (программами) на основе других данных из любого источника.

По расположению сайты могут быть внешними и локальными (доступными только в пределах локальной сети). Это могут быть как корпоративные сайты организаций, так и сайты частных лиц в локальной сети провайдера.

Для того чтобы поисковые системы «заметили» сайт или блог, как правило, в первую очередь необходимо, чтобы они «увидели» главную страницу сайта. Поэтому ее содержание должно быть как можно более насыщенным. Заголовки, текст и ссылки должны содержать самые важные ключевые слова, по которым пользователь обязательно будет ее искать.

Поисковые системы обращают особое внимание на ссылки и анкоры ссылок (части ссылки, которые заключены между открывающей и закрывающей частью). Необходимо избегать таких ссылок, как «Смотри здесь» или «Далее...». Лучше делать их неиндексируемыми. Анкор ссылки должен быть содержательным, т. е. являться кратким заголовком страницы, на которую ведет: «Примеры и уроки для веб-мастеров» или «Как сделать многоуровневое горизонтальное меню». Нельзя забывать и об околоссылочном тексте. Чем более релевантна ссылка, тем быстрее поисковая система найдет страницу с ней. Не нужно злоупотреблять внешними ссылками, ведущими пользователя на другой сайт. Если страница ориентирована на дизайнерский минимализм, то ссы-

лка на «Минимализм в дизайне» будет уместна, а вот ссылка с картинки с кошкой будет бесполезной.

Виртуальный эквивалент оказанного воздействия СМИ — это число людей, чье внимание было привлечено через сайт или домашнюю страницу организации во всемирной паутине [1]. Чтобы эффективно взаимодействовать с аудиторией, нужно знать ее количество, географию распространения и интересы. Для получения такой информации существует множество счетчиков, которые служат для сбора данных о посетителях сайта. Информация — сила. Почти в любой области самые могущественные люди получают информацию первыми. Интернет сегодня здесь лидирует [2]. Благодаря правильному выбору счетчика можно получить полную информацию о потребителе и использовать ее для улучшения качества работы компании.

Опыт и исследования российских и зарубежных специалистов помогли сформулировать основные принципы создания текстов для интернет-сайтов.

Текст будет прочитан большинством посетителей сайта, только если его основные мысли легко и правильно воспринимаются даже при самом беглом чтении. То есть то, насколько верно воспримет аудитория информацию, зависит не только от содержания, но и от формы — способа подачи информации.

Информация дойдет до аудитории, если текст будет написан профессиональным копирайтером, который проработает текст по трем направлениям.

Структура. Для оптимизации восприятия информации структура текста на сайте выстраивается с учетом определенных правил. Например, основная смысловая и информационная нагрузка ложится на заголовки, первый и последний абзацы, первые предложения каждого абзаца.

Стиль. Правильно выбранный стиль — это возможность говорить с аудиторией на ее языке. Кроме того, существуют стилевые особенности, общие для большинства веб-текстов: межстилевая (общеупотребительная) лексика, краткость синтаксических конструкций, лаконичность изложения и т. д.

Ключевые слова. Включение в текст от 3 до 5% заранее отобранных ключевых слов и словосочетаний способно обеспечить сайту высокие места в результатах поиска. Задача копирайтера — распределить ключевые слова по тексту так, чтобы повествование выглядело естественно [3].

Чтобы наполнить текст качественной информацией, одних стараний копирайтера недостаточно. Копирайтер пишет текст на основании брифа. Бриф подготавливается с учетом целей заказчика. Но для того, чтобы добиться наиболее эффективной реализации целей, перед составлением брифа проводится ряд работ.

Начинать необходимо со сбора информации о компании, ее продукте, аудитории, а также анализа текстов, размещенных на сайтах конкурентов. Все эти данные необходимы для того, чтобы понять, каков будущий посетитель сайта и что нужно предложить ему, чтобы сделать своим клиентом. Важно учитывать, что исследование интернет-аудитории несколько от-

личается от обычных маркетинговых исследований. Интернет-пользователи — это особая категория, еще не вполне изученная, поэтому в исследованиях ее на первый план выходят не экономические и социальные, а психологические показатели. Так что ошибочно считать, что вы знакомы со своей аудиторией в Сети, только на основании результатов исследований «оффлайновой» аудитории.

На следующем этапе осуществляется выработка общей информационной концепции, которая и будет продвигать продукт, услугу или партнерский контракт. Концепция подчиняется главной идее — чаще всего в этом качестве выступает так называемое уникальное коммерческое предложение.

Благодаря такому подходу текстовые материалы легко выстраиваются в систему и помогают создать удобную навигацию. А все это в совокупности (стратегически верная идея, четкая концепция, удобная для пользователя структура) приводит к нужному результату — посетитель быстро и верно понимает, что именно хотели сказать владельцы сайта.

В связи с тем, что тексты на сайтах ассоциируются у пользователей с отсутствием соблюдения формальностей, то в отличие от печатной информации люди никогда не прекращают чтение текста на сайте на полпути, с тем чтобы вернуться к нему и закончить его чтение позже. Текст должен быть легко читаемым. Наилучшее соотношение — темный текст на светлом фоне. Разбивать текст следует с помощью расстояний между параграфами, также можно добавить фотографии. Следует избегать холодного и официального языка. Текст, написанный дружеским языком, воспринимается значительно лучше. Текст для сайта не должен содержать орфографических ошибок.

Важно подчеркнуть основные преимущества компании, уложившись в 400-500 символов, если с первых строчек не понятно, чем занимается компания, то пользователи будут искать другой сайт. Взгляд посетителя скользит по веб-странице в поисках какой-либо зацепки. Таким «крючком» может стать заголовок, подзаголовок, пункт в списке и выделение курсивом или полужирным шрифтом.

Исследования поведения пользователей при просмотре текста на экране монитора показали, что скорость чтения при этом примерно на четверть ниже, чем чтение с бумажного листа. Отсюда стоит сделать вывод, что пользователи плохо воспринимают длинные и сложные тексты, а больше предпочитают краткие и емкие материалы, в которых много фактов, разложенных на составляющие. Невозможно определить правило, которое устанавливало бы точные цифры, определяющие длину страницы. В зависимости от ситуации, это может быть и один абзац, и большое художественное произведение. Большой объем текста на странице не приводит к положительным результатам, если он не содержит основных ключевых слов и фраз, которые могут вводиться в поисковые машины для поиска сайта.

Отметим также, что сайт является инструментом формирования публичности. Важным правилом является использование общего корпоративного стиля для всех рекламных материалов, которые делаются для компании, в том числе и для сайта. Если корпоративные цвета и стилистика написания текстов в печатной рекламной продукции отличаются от публикаций на сайте, то это негативно скажется на имидже компании.

г. Москва



Е.Ю. Красова, К.И. Конго, А.Г. Буховец

«Мы» и «они» в этническом самосознании русских воронежцев

Глубинное, объединяющее народ начало называют по-разному: в западной традиции — этнической идентичностью, в отечественной этносоциологии — этническим самосознанием. Между тем, ученые разных областей знания и представители различных научных школ сходятся в том, что эта сложная достаточно устойчивая социально-психологическая конструкция

— содержит важные переживания личности и ее внутренние регуляторы;

— защищает от нестабильности окружающего мира;

— помогает ориентироваться в межэтнических взаимодействиях;

— является базовым ресурсом социальной общности, удовлетворяющим потребность в самобытности и принадлежности к определенному социокультурному пространству.

Все эти соображения формируют интерес исследователей к изучению специфики самосознания этносов, населяющих современную Россию [1].

Этническое самосознание является «квинтэссенцией» этничности человека. В это состоит подход В.Ю. Хотинец, считающей, что этническое самосознание есть система представлений и оценок, этнодифференцирующих и этноинтегрирующих компонентов жизни этноса, благодаря которой человек осознает себя в качестве представителя этнической общности [2, 7; 88]. Как результат индивидуального и группового творчества, этническое самосознание проявляется на трех уровнях — на уровне личности (этнофора), на уровне этноса в целом (общеетнический уровень) и на уровне отдельных социальных групп этноса (например, семьи или, как в нашем случае, городской общности) [3, 286].

Как пишет З.В. Сикевич, «Этничность не существует вне сравнения и вне коммуникации, только в ходе взаимодействия с иной этнической группой она может проявить свою особость, «индивидуальность». Это основное проявление этничности, так как могут трансформироваться и культурные, и организационные характеристики группы, неизменной остается лишь дихотомия между членами данной общности (то есть «нами») и членами других общностей (то есть «не-нами»)» [4]. Акцентируем ситуацию: если сравнение «своих» с «другими» не перерастает в оценочное противостояние, оно имеет нейтральные характеристики, исключающие ксенофобию или агрессию.

В структуре этносамосознания выделяются три компонента — когнитивно-информационный, эмоционально-чувственный и поведенческий (мотивационно-побудительный) [5, 211]. Сформулирован ряд эмпирических индикаторов, позволяющих всестороннее изучить образ этнического «Я»: [6, 102]

1) этническая самоидентификация, включающая представление об этноконсолидирующих и этнодифференцирующих признаках;

2) совокупность модальных автостереотипов, установок, выявляющие направленность межэтнических отношений на уровне модальных гетеростереотипов;

3) социокультурные установки и оценки, определяющие отношение к своей культуре, языку, истории, традициям;

4) этнически обусловленные модальные ценности на уровне системы предпочтений, обуславливающие социальное поведение.

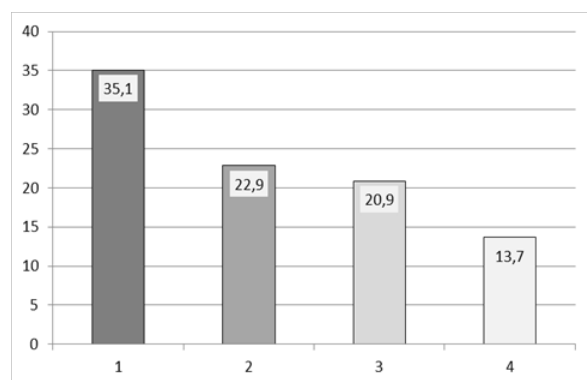
Кроме того, важным методологическим ракурсом выступают идеи о социальных и культурных границах. Они стали основой концепции, разработанной норвежским социальным антропологом, сторонником конструктивистского подхода к анализу этноса, Ф. Бартом. «Интересующие нас границы — это, конечно, границы социальные, хотя у них могут быть и территориальные составляющие», — писал ученый [7, 17-18]. Им соответствует сложная организация социальных отношений и поведения. Если индивид ассоциирует другого индивида как члена своей группы, то предполагается наличие определенных, разделяемых ими двумя ценностей, знаний и оценок. Только те культурные характеристики, которым придается маркирующее значение, имеют первичную значимость для этноса и определяют масштабы культурной дистанции. Маркеры могут быть единичными или представлять собой набор, который является результатом исторических, политических, экономических условий и конкретных ситуаций. Взаимное социальное дистанцирование усиливается, если в образе «другого» содержатся негативно оцениваемые черты, что приводит к дискриминационному поведению представителей коренного населения, с одной стороны, к актам агрессии, к социальной и пространственной сегрегации в рамках собственных этнических общин этнических меньшинств, с другой [8, 50].

В 2000-х гг. в г. Воронеже проявилась тенденция актуализации этнического самосознания населения, а также роста ксенофобии и национализма. Об этом говорят факты нападения на иностранцев, символы нетерпимости и вражды — нацистские и расистские надписи и изображения на улицах города, наличие неприязненных чувств по отношению к другим народам у 82% воронежцев, положительные отзывы некоторых молодежных и профессиональных групп о деятельности скинхэдов [9]. Между тем, в составе населения города 94% представителей русского этноса, еще 3,3% составляют родственные по культурным

образцам украинцы и белорусы [10]. Неславянские народы, хотя и немногочисленны, но многообразны (более 20 этнических групп) и консолидированы, объединяются в сплоченные национальные общины. Экономическая нестабильность и значительный слой бедных или малообеспеченных людей, слабая регуляция миграционных перемещений и адаптации трудовых мигрантов в регионе — эти и другие подобные обстоятельства создают благоприятную почву для роста этнического самосознания, увеличения социально-культурной дистанции между представителями разных этносов и формированию этнофобий.

Настоятельность изучения существенных проявлений самосознания этнического большинства, выявления его травмирующих факторов диктуется сложившейся противоречивой ситуацией. Социологическое исследование с такой целью было проведено на базе Воронежского государственного университета в 2011 г. Решались задачи изучения межэтнических установок воронежцев, основных критериев определения этничности, выявления оценок этнической самоидентификации, представлений об этноконсолидирующих и этнодифференцирующих признаках, обнаружения этнических автостереотипов и гетеростереотипов, социокультурных дистанций между представителями русского этноса и иных этнических групп. Использовался комплекс методов и процедур: анализ статистики и материалов схожих социологических исследований, анкетный опрос, контент-анализ, проективные техники, психосемантический анализ. Для массового опроса была рассчитана квотно-пропорциональная выборочная совокупность с учетом официальных статистических данных, включающая 350 респондентов, отобранных по признакам пола, возраста, уровня образования и материального положения. Обработка материала проводилась с использованием пакета программ SPSS.

Согласно полученным данным, горожане условно разделяются на несколько групп, в зависимости от того, какой признак, по их мнению, является ключевым для определения национальности человека, см. рис. 1.



1. Национальность отца (23,4%) или матери (11,7%)
2. Родной язык (22,9%)
3. Желание самого человека (20,9%)
4. Место проживания (13,7%)

Рис. 1. Признаки определения национальности человека в оценках воронежцев, %

Более чем треть русских воронежцев воспринимает этнические различия как неизменные, по принципу «человек рождается с национальностью». Стереотипы об «этнической предопределенности» человека разделяются еще примерно четвертью респондентов, определяющих этничность человека по родному языку. Как видно, в этносамосознании русского населения г. Воронежа преобладают биосоциальные признаки принадлежности к этносу, в противовес признакам социально-политическим. Еще 14% склоняются к мнению, что национальность определяется местом рождения. Чуть более пятой части всех опрошенных уверены, что национальность человека необходимо определять по его собственному желанию, утверждая тем самым приоритет прав личности перед групповыми нормами.

Самоидентификация является базовым компонентом этнического самосознания. На рис. 2 представлен комплекс идентификационных самооощущений воронежцев.



Рис. 2. Кем Вы чувствуете себя в большом мире? %

Более половины респондентов идентифицируют себя как представителей российской нации. У пятой части этническая идентичность выходит на первый план по сравнению с гражданским, национальным типом самоидентификации, они чувствуют себя прежде всего русскими. У 15% обнаруживается «областное» сознание («чувствую себя жителем Воронежа»), у них, скорее всего, превалирует категория «место рождения» [11, 78-89]. Остальные причисляют себя к европейцам или гражданам мира. Расширив типологию А.В. Арутюняна [12, 42-49], назовем четыре группы респондентов, определившихся по ключевому признаку этнического самосознания:

- россияне — 53,4%;
- этнофоры — 21,4%;
- регионалисты — 14,9%;
- глобалисты — 10,3%.

Вместе с тем, о важности этнической принадлежности для воронежцев и её месте в системе других идентичностей сложно судить только по выше представленным данным. Степень выраженности этнического «я» также косвенно связана с отношением людей к отсутствию графы «национальность» в современном российском па-

спорте. Этнически акцентированный человек будет явным противником исключения графы «национальность» из документа. Большинство нейтрально оценивают этот факт, либо, не считая его важным, либо не владея содержательной стороной вопроса. В то же самое время пятая часть опрошенных хотела бы иметь в паспорте указание на национальность. Лишь 17% высказывают однозначно положительное отношение к отсутствию подобной графы в документе. Этот небольшой штрих позволяет сомневаться в устойчивости гражданских позиций более половины участников опроса. Общероссийские и региональные исследования самосознания студенческой молодежи в 2006 г. также обнаружили примордиалистские составляющие в противовес постмодернистским, когда упор в первых делается на биосоциальных и социально-исторических факторах, а не на осознании гражданской ответственности [13].

Ответы на вопрос: «Чувствуете ли Вы свою принадлежность к какой-либо национальности со своим языком, обычаями, традициями?», обнаруживают три группы респондентов по критерию выраженности самоидентификации:

Устойчивая этническая самоидентификация – 68%

Двойная (неустойчивая) этническая самоидентификация – 11%

Отсутствие этнической самоидентификации – 21%.

Сопоставив эти данные с ответами респондентов о том, кем они чувствуют себя в большом мире, как относятся к отсутствию графы «национальность» в удостоверении личности, по каким признакам определяют этническую принадлежность человека, можно определить, какую роль играет этничность в жизни русских воронежцев. Несмотря на то, что более половины опрошенных чувствуют себя гражданами России, сложно сделать вывод о том, что общегражданская идентичность становится более значимой по сравнению с этнической. В своем примордиальном значении этничность продолжает играть существенную роль в сознании, а формирование общегражданских чувств и ценностей характеризуется противоречивостью и неустойчивостью. Кроме того, вызывает беспокойство факт отсутствия эмоционально-чувственных ощущений принадлежности к определенной этнической группе у пятой части всех опрошенных, являющихся, судя по всему, представителями кризисного социума.

Представленная региональная картина вырисовывается в рамках широкого и узкого контекстов. Сочетание вызовов глобализации с модернизационными задачами страны нарушает единство национальных и цивилизационных компонентов российской идентичности [14, 101]. Возросшее этнокультурное разнообразие, связанное с интенсивными миграционными перемещениями, поддерживает и воспроизводит этническую идентичность в ущерб гражданской. Проблема, как справедливо указывает В. Мукомель, сфокусирована на социальных процессах этнотрагификации и сепарации иноэтничных мигрантов [15, 165].

К эмоциональным компонентам этнической «Мы-концепции» относятся также автостереотипы и гетеростереотипы, то есть представления о «сво-

ей» и «чужих» группах. Этнические автостереотипы выявлялись посредством системы свободных характеристик, полученных в форме ответов на открытый вопрос: «Назовите, пожалуйста, три самых главных качества, которые, по Вашему мнению, присущи большинству русских». Респондент составлял образ представителя своего этноса, предлагал набор черт, присущих русскому национальному характеру. Обработка ответов производилась методом контент-анализа, единицей которого стали упомянутые респондентами качества и оценочные суждения. Все они были проанализированы и отнесены к одной из девяти смысловых категорий (общий стиль поведения, стиль деятельности, отношение к людям, отношение к себе, волевые качества, качества ума, эмоциональные качества, социальное поведение, ментальные характеристики) [16, 220–221].

Было получено 642 ответа, из них абсолютное большинство имели положительную направленность. В табл. 1 представлена структура образа русского в сознании воронежцев, причем конкретные качества фиксируются в том случае, если были названы не менее десяти раз.

Чаще всего назывались качества, относящиеся к рубрике «Отношение к людям» (27%), что, по-видимому, является ядром стереотипного образа русского. На периферию вышли эмоциональные качества и качества ума. Большинство русских воронежцев имеют положительное представление о своей этнической группе. Среди положительных автостереотипов абсолютным приоритетом стала доброта. Также часто упоминались выносливость, верность, щедрость, самоотверженность, стойкость.

Таблица 1

Структура автостереотипов русских воронежцев

Категория	Автостереотип	
	положительный	отрицательный
Общий стиль поведения	Доброта, простодушие, открытость, честность, терпимость	
Общий стиль деятельности	Трудолюбие	Лень, непредсказуемость
Отношение к людям	Доброжелательность, гостеприимство, общительность, отзывчивость	Наивная доверчивость, легковерие
Качества воли	Смелость, мужество, сила, терпение, выдержка	
Социальные характеристики		Пьянство
Ментальные характеристики	Широта души	

Известно, что негативная этническая идентичность формируется тогда, когда чувство принадлежности к своей этнической группе сопровождается негативными переживаниями и стремлением дистанцироваться от инокультурной среды. У части опрошенных (25,5%) русские ассоциируются либо с отрицательными характеристиками (жадность, безответственность, скандальность и т.п.), либо с достаточно критичными (безалаберность, непунктуальность и др.). Они и являются носителями негативной этнической идентичности, группой «риска» с ослабленными ощущениями психологической безопасности и стабильности, самоуважения и полноценности.

Этническое самосознание включает эмоционально-оценочное отношение к инокультурным социальным группам. Для выявления конкретных стереотипов участникам опроса предложили представить, что им предстоит участвовать в эксперименте по подготовке космических полётов на Марс. По условиям проекта в команде из пяти человек должны были быть люди разных национальностей. Нужно было ответить на вопросы: «С кем бы хотелось вместе работать? Кого бы не хотелось включать в команду?» и объяснить почему. С помощью такой воображаемой ситуации появилась возможность получить информацию о негативных генеростереотипах, одновременно не формируя установок на враждебность, не травмируя этнические чувства.

В табл. 2 представлены оригинальные ответы респондентов на вопросы проективной ситуации. Высказывания разбиты на четыре категории, в зависимости от установок респондентов на межэтническое общение.

Таблица 2

Оригинальные ответы респондентов на вопросы проективной ситуации

Категория	%
1	2
Этнические симпатии	39
Славянские народы	40
«они порядочные, добрые»; «они ближе и проще»; «близки по духу, культуре, религии, по происхождению, обычаям»; «у нас общие корни»; «полетел бы с украинцем, чтобы было с кем спорить»; «белорус родной»; «самые надежные люди»; «славяне соблюдают заповеди Божьи и никогда не сделают ничего плохого»; «они, как и мы, русские, трудолюбивые и ответственные».	
Европейские народы	36
«более схожий менталитет, они дружелюбны по отношению к нашей нации»; «у них высокая трудовая культура»; «они ближе к русским по духу, религиозным взглядам, обычаям»; «это самые культурные нации»; «они пунктуальные, точные и творческие работники, с достаточно близким темпераментом, способны давать результат, практичные»; «они исполнительные и стойкие»; «они очень умные».	
Представители азиатских стран	24
«они трудолюбивые и ответственные»; «очень умные»; «у них высокое знание предмета»; «высокая трудовая культура»; «они хорошие техники»; «они целеустремленные и исполнительные, с нестандартным подходом»; «они пунктуальные со своей философией».	

Этнические антипатии	27
Народы Кавказа	39
«просто не нравятся»; «из-за темперамента – дело точно закончилось бы дракой»; «слишком большого мнения о себе»; «у них мало желания работать на благо общества»; «склонные к измене и предательству»; «агрессивные народы, не открытые, способные на предательство»; «у них кровная месть»; «вызывают отвращение»; «очень непорядочные люди, ненавижу их»; «очень хитрые, опасны своей агрессивностью»; «не сработаемся»; «они ленивые и безответственные»; «они неуравновешенные и вспыльчивые».	
Арабские народы	26
«мы очень разные»; «они мне несимпатичны по религии, обычаям, законам»; «пропасть в менталитетах почти невозможно сгладить»; «от них жди чего-нибудь агрессивного и жестокого», «они слушают только себя и считают себя выше других»; «нас христиан называют «грязными», «неверными»; «нечистоплотные»; «совершенно другое восприятие мира, другие понятия»; «агрессивная вера и неприязнь к другим верам».	
Азиатские народы	19
«по религиозным причинам, по образу жизни, по отношению к женщинам»; «они нечистоплотные, глупые»; «из-за особенностей поведения»; «они непонятные»; «их слишком много в России».	
Евреи	16
«в силу личного антисемитизма»; «по антисемитским соображениям»; «они расчётливые, хитрые, ненадежные»; «личная неприязнь»; «они любят командовать, корыстны и отличаются узостью мышления»; «не люблю по анекдотам».	
Толерантные установки	22
«каждая нация по-своему хороша и особенна»; «участвовать могут люди разных национальностей, но они должны быть коммуникабельны, образованны, воспитанны»; «со всеми бы хотела работать»; «национальность не имеет значения, главное чтобы люди были хорошие, интересные, добрые, понимающие, с чувством юмора», «приоритет имеют качества людей», «главное профессионализм и психологическая совместимость», «главное компетентность»; «главное знание языка», «главное сойтись характером»; «кто придется по душе»; «с близкими по духу; эти люди должны быть внутренне сознательными и устойчивыми к влиянию среды»; «лишь бы человек был не скандальный и хороший специалист»; «без разницы, деление на национальность – это архаизм, ведущий к вражде на пустом месте»; «того, что нет в русских людях, есть в других, мы дополняем друг друга»; «приспосабливаться нужно в любом случае».	
Изоляционистские установки	7

«С русскими! Не хотелось бы с другими расами»; «с русскими, не доверяю другим национальностям»; «русский должен быть первым»; «только с русскими»; «своих – русских»; «не допустим геноцида русского народа!»; «других не понимаю».	
Другое	5

Высокий уровень симпатий у русских горожан вызывают, в первую очередь, славянские народы, европейцы (больше всего немцы) и представители Азии (японцы, китайцы). Любопытен факт симпатий русских к японцам. Учеными на основании контрольных интервью в Санкт-Петербурге этот факт интерпретировался следующим образом: они чужие, но симпатичны своим динамичным и успешным послевоенным «прыжком» в модернизированное экономически процветающее общество без потери своего «культурного лица» – обычаев, традиций, стиля жизни [17, 146].

Если вернуться к гетеростереотипным представлениям, обнаруженным в воронежском исследовании, то 27% респондентов имеют предубеждения против представителей других народов, еще 7% – откровенно враждебны. Анализ высказываний показывает, что независимо от того, какой этнос вызывает неприязнь, приписываемые его представителям качества зачастую одни и те же (хитрость, агрессивность, нечистоплотность и т.п.). Этот факт был зафиксирован и в других исследованиях. Характерологические признаки «врага» являются как бы зеркальным отражением «нас самих», а русская ксенофобия носит оборонительный характер [17, 226–227]. Подтверждение данному выводу можно найти в результатах психосемантического анализа высказываний жителей г. Воронежа. Отрицательные суждения не носят агрессивного характера, так как не используются слова отчуждения (к примеру, неопределенные местоимения), военная терминология, семантика смерти, сарказм или грубые метафоры. Скорее, они сенситивного толка, что отражается:

– в усилительных конструкциях («слишком жестокое», «слишком корыстные», «слишком агрессивная вера», «совершенно другое восприятие мира» и т.п.);

– в конструкциях, содержащих отрицание («не о чем с ними разговаривать», «не люблю их», «не хочу с ними участвовать в проекте» и т.п.).

Ответы в категории «Другое» демонстрировали, в основном, растерянность перед сложным вопросом («не хочу участвовать в эксперименте», «не надо лететь в космос», «не задумывалась никогда на эту тему»; «ни с кем бы не полетела» и проч.). В двух случаях участницы опроса отказали в доверии представителям своей этнической группы («со всеми, кроме русских», «не взяла бы русских»). Это были женщины молодого и пожилого возраста, со среднетехническим образованием, у которых сложилось негативное представление о русских как о жадных, непорядочных, непостоянных людях.

Важно отметить, что религиозный фактор разобщенности имеет значение лишь для 7% воронежцев, что совпадает с количеством этноцентрически на-

строенных людей. Интересно также, что в том случае, если предпочтения или антипатии респондента имели глубокую рациональную основу, его рассуждения были более подробными и аргументированными. В тех же случаях, когда человек не мог сам себе объяснить, в чем причина его враждебности, он ограничивался штампами или абстракциями («они страшные», «нет привычки и ночью можно испугаться силуэта», «сами понимаете почему» и т.п.). Это есть «конечный продукт» современных российских публично-политических дискуссий и мифодизайна СМИ, преувеличивающих значение этничности. Так, в масс-медиа используются маркеры ксенофобии: в отличие от отношения к «другому», основной эмоцией в восприятии «чужого» является неприятие [18, 1]. В качестве примера, вот как выглядит «чужой» в периодических изданиях «Аргументы и факты», «Российская газета», «Труд», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда» и др. См. табл. 3.

Таблица 3

Обозначение этнически «чужого» в общероссийской прессе*

Компоненты образа	Лексические маркеры
Иной национальности	Иногородцы, лица азиатской или кавказской национальности, азербайджанцы
С иной внешностью и характерными чертами	Темнокожие, человек нетитульной наружности, люди с «восточным акцентом»
С иной территории	Парни с юга, нелегалы, выходцы с Поднебесной, приезжие, гастарбайтеры
С низким интеллектуальным уровнем	Чурбаны, чурки

* Источник: Иссерс О.С. Языковые маркеры этнической ксенофобии (на материале российской прессы) / О.С. Иссерс, М.Х. Рахимбергенова // Полит. лингвистика. – 2008. – №3. – С.2

Толерантное отношение предполагает мотивационный выбор в пользу «персонализации», не осуждение поведения мнения или верования, а уважение к личности их носителя. Оно характеризуется терпимым отношением к представителям других культур без враждебности. 22% опрошенных русских воронежцев продемонстрировали подобные постмодернистские установки и ценности.

Мотивационно-побудительным компонентом этнического самосознания является субъективно осознаваемая и переживаемая социально-культурная дистанция, которая выстраивается в процессе межэтнического взаимодействия. Надо отметить, что более половины русских горожан достаточно активно контактируют с представителями других культур: среди их друзей и знакомых есть представители других национальностей (38 этнических групп). Чаще всего это близкое взаимодействие с украинцами (25%), армянами (14%) и евреями (13%). Чуть

реже - с белорусами (8%), татарами (6%), грузинами (6%). Остальные упоминания связаны с представителями тех народов, которые когда-то входили в состав СССР или давно живут на территории Воронежской области. У трети контакты характеризуются этническим разнообразием.

43% опрошенных формируют дружеские отношения исключительно в своей этнической среде. Вполне вероятно, что отсутствие личного опыта близкого общения с представителями иных культур, если к тому же оно усугублено недостатком образованности, создает сложности восприятия, усугубляя его иллюзорность и неадекватность. Было доказано, например, что воспринимаемая несовместимость собственных целей и целей другой стороны — главный признак определения ситуации взаимодействия как конфликтной [19, 172-173]. Так проявляет себя здравый смысл «простых людей», ощущающих «угрозу» и необходимость «защиты» и «мобилизации».

Социальные дистанции, которые люди выстраивают между своей и чужой группой, ранжируются на основе критериев условной шкалы симпатий-антипатий. Толерантные умонастроения могут проявляться не только в уважении и интересе к «инаковости», но и в стоическом принятии, безразличии и даже отстраненности [20, 25-27]. Признаками толерантного отношения стали взаимодополняющие друг друга параметры фиксации внимания на национальности окружающих и приближение к семейному кругу межличностной коммуникации. См. табл. 4.

Таблица 4

Степень терпимого отношения к инациональным группам, %

Индикатор	Обращаете ли Вы внимание на национальность окружающих?		Как бы Вы отнеслись к браку близкого родственника с представителем другой национальности?	
	альтернатива	%	альтернатива	%
Высокая степень терпимости			Положительно	19,5
Отсутствие нетерпимости	Обычно не обращаю	39,0	Мне всё равно	30,5
Наличие нетерпимости	Обращаю, если они мне чем-то несимпатичны	31,5	В зависимости от национальности (жениха, невесты)	34,0

Высокая степень нетерпимости	Обращаю в любом случае	26,5	Отрицательно	16,0
------------------------------	------------------------	------	--------------	------

Как видно, русские воронежцы делятся на две примерно равные группы, одна из которых толерантна, другая — проявляет в межкультурном восприятии нетерпимость разной степени. Что касается интолерантного сознания, у его носителей, скорее всего, отсутствуют уравновешенные, спокойные переживания своей и чужой этничности.

В ходе исследования изучались представления респондентов об этноконсолидирующих и этнодифференцирующих признаках (что больше всего роднит людей одной национальности, а что больше всего отличает). Респонденты имели возможность выбрать до трех из восьми предложенных индикаторов (культура, традиции, обычаи; родной язык; черты характера, особенности поведения; территория, общая земля; историческое прошлое, религия, образ жизни). И в первом случае (консолидация), и во втором (дифференциация), участники опроса акцентировали внимание на социокультурных факторах. Отличительным признаком «нас» от «не-нас» в этносознании русских воронежцев выступает язык (61%); культура, традиции, обычаи (59%), внешность (44%), черты характера и особенности поведения (29%). При этом территория проживания и историческое прошлое больше объединяет людей, чем разъединяет, в то время как внешность и поведение дифференцируют. Для отнесения человека к «другой» этнической группе ключевыми являются язык, на котором он говорит, соблюдаемые им обычаи, внешний вид и специфика поведения. Линия социокультурной дистанции в сознании русских воронежцев проходит по этим маркерам. Заметим, что практически все эти компоненты образа «чужого», как было отмечено выше, презентуются в СМИ.

Выявлена корреляционная зависимость (коэффициент Пирсона = 0,014) между возрастом индивида и оценкой роли религии как этнодифференцирующего фактора. Люди старшего возраста в большей мере склонны придавать особое символическое значение религии. Она является одним из маркеров социокультурной границы между «своей» и «чужой» этнической группой в этносознании этой части населения.

В группу рациональных компонентов этносознания индивида входят знания о традициях, обычаях, элементах культуры. На рис. 3 представлены данные о знании и соблюдении присущих русским традиций и обычаев.

Значительная часть респондентов (67%) считает, что русские в той или иной степени знают традиции своего народа, а 55,5% соблюдают их в полной мере или частично. При этом четвертая часть ответивших затрудняются оценить как уровень знаний о народных традициях, так и степень того, насколько они

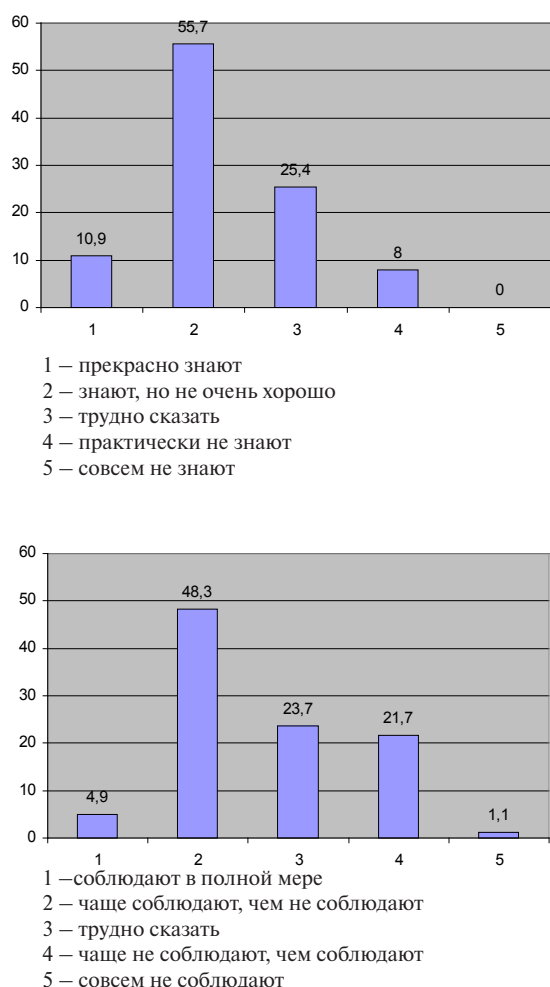


Рис. 3. Знание и соблюдение традиций и обычаев русскими жителями г. Воронежа, %

соблюдаются. Кроме того, каждый десятый не знает народного наследия, а четверть не соблюдают или соблюдают очень редко традиции своей этнической группы. Сложно утверждать, что традиции и обычаи играют существенную роль в развитии самосознания. Если уровень знаний о традициях оценивается высоко, то степень их соблюдения пятая часть респондентов оценивает как «чаще не соблюдаю» или «совсем не соблюдаю». Более того, пятая часть респондентов с трудом дают оценку роли этнических традиций в их жизни. Надо отметить, что вопросы знания и соблюдения традиций относятся к категории «престижных» вопросов, на которые, чаще всего, дается социально одобряемый ответ. По сложившейся картине можно предположить, что народные традиции и обычаи не играют существенной роли в том социокультурном пространстве, где происходит формирование этнического самосознания русских воронежцев.

Массив данных, полученный в ходе эмпирического исследования, был проанализирован в рамках типологического кластерного анализа [21]. Выделенные кластеры характеризуют классы условий, в которых формируются эти типы, и представляют краткое

описание характеристик некоторых категорий людей. В качестве классификационных (типобразующих) показателей были взяты признаки определения национальности человека и значимости этничности в его жизни, этническая самоидентификация и этноконтактность, а также социально-демографические характеристики — пол, возраст, этнический статус, образование и материальное положение. Кроме того, остальные признаки использовались для целей интерпретации. В качестве меры близости между объектами было взято Log-правдоподобие. Для построения классификационных разбиений был использован двухэтапный кластерный анализ на базе программы SPSS Statistics Base 17.0. Число кластеров в окончательном варианте типологического анализа равнялось трем.

Несмотря на то, что в процессе обработки данных практически не было выявлено значимых корреляционных зависимостей между особенностями этнического сознания и полом, возрастом, а также уровнем образования респондентов, использование кластерного анализа позволило выделить в массиве многомерных данных некоторую структуру, отражающую неоднородность этнического сознания. Выделенные в ходе исследования три кластера представляют однородные группы респондентов со схожими характеристиками, которые демонстрируют примерно одинаковый тип поведения. Причем однородность объектов, составляющих выделенные кластеры, значительно выше, нежели всего массива в целом. В этой связи очевидно, что и пропагандистско-воспитательная деятельность, направленная на каждую из групп, не может быть одинаковой. Да и реакция представителей различных групп на одни и те же события будет различной. Каковы же отличительные особенности в этнической «Мы-концепции» воронежцев, попавших в разные кластеры?

Первый кластер практически полностью состоит из мужчин без высшего образования, половина которых имеют возраст до 45 лет. Среди них доля тех, кто имеет этническую идентификацию, гораздо больше, чем в других кластерах («этнофоры»). Позиционируют этот класс выделение национальности отца, матери и родного языка как главных признаков в этническом самоопределении. Половина всех респондентов, выбравших ответ «отрицательно отношусь к тому, что в российском паспорте отсутствует графа «национальность», — это представители первого кластера. Следует отметить, что активные участники имевших в последнее время в Воронеже проявлений ксенофобии и национализма отличались подобными характеристиками этносамосознания. В частности, примерно такой состав весьма характерен для воронежских футбольных фан-клубов. Поэтому разработка мер, направленных на профилактику и противодействие экстремизму, должна в первую очередь учитывать специфику сознания именно этого кластера, ориентироваться на представителей этой страты.

Второй кластер — гендерно уравновешенный. В него попали 84% респондентов, имеющих высшее образование, материально обеспеченных в большей мере, чем представители первого и третьего класте-

ров (среди них нет таких, которым денег не хватает на продукты питания; они имеют достаточное количество денег, а покупка товаров длительного пользования затруднений не вызывает). Это люди в основном моложе 45 лет. Важными признаками данной группы является определение национальности по желанию самого человека и месту проживания, положительное отношение к отсутствию этнической маркировки в документе, удостоверяющем личность, а также высокая этноконтактность. Представители этого кластера наиболее активны в проявлении межэтнической толерантности и в некотором смысле по профилю этнического самосознания противоположны представителям первого кластера. По удельному весу в генеральной совокупности этот кластер как бы уравновешивает первый, и его наличие в значительной мере позволяет надеяться на дальнейшее улучшение обстановки, связанной с конфликтогенными проявлениями межэтнических отношений.

Третий кластер — стопроцентно женский, включает в основном людей старшего и пожилого возраста, более половины по своему социально-экономическому статусу относятся к категории «бедных» (больше всего тех, кому денег не хватает на продукты питания или хватает на недорогие продукты, но покупка одежды вызывает затруднения). Они считают себя гражданами России и жителями г. Воронежа («россияне» и «регионалисты»). Почти половина принадлежащих к этой группе не имеет друзей и знакомых среди представителей другой этничности. Их жизненные установки и ценностные ориентации были сформированы еще в советские времена — в этом кластере сравнительно мал процент молодежи. Фактически эта группа наименее активна в исследуемых вопросах этнического самосознания, индифферентна в межэтнических отношениях.

Несмотря на то, что во всех трех выявленных кластерах количество людей со слабо выработанной социальной позицией значительно (их ответы чаще смещаются к нейтральным характеристикам — о графе в паспорте, о знании и соблюдении обычаев и традиций и проч.), представители второго кластера активнее относятся к социально-политическим вопросам. Косвенным образом можно предположить, что они вполне осмысленно поддерживают современную национальную политику российского государства.

В кластерах, где произошло разделение по гендерному признаку (первый и третий), противоречивость проявлений этнического самосознания наиболее выражена. И наоборот, во втором кластере, где имеет место гармоничное сочетание представителей различных полов, такая проблемность практически отсутствует.

Все это следует учитывать в дальнейшей работе по формированию таких черт этносамосознания, как гражданская идентичность и толерантность. Соответственно и основные формы работы, направленные на представителей первого кластера, которые можно рекомендовать, связаны с активным преодолением враждебных предрассудков и националистических форм поведения с помощью использования правовых

механизмов. Что касается второго и третьего кластеров, то эффективны будут мероприятия, направленные на формирование в городе определенной социальной инфраструктуры. Активность представителей второго кластера следует поддерживать и развивать.

Выводы.

В современной России, где происходят не только этноструктурные трансформации, но и становление политики мультикультурализма, стоят задачи создания коммуникативного пространства толерантных отношений между многочисленными этническими общностями, проживающими на ее территории. Сложившиеся ценности и установки этнической «Мы-концепции» оказывают существенное влияние на социальную среду, формируя в ней либо комфортную доброжелательную атмосферу продуктивной жизни разных этносов, либо конфликтный потенциал.

Проведенное исследование показало, что система этнического самосознания русских воронежцев в меняющихся условиях жизни социально поляризованного и конкурентного общества характеризуется неустойчивостью и размытостью. Это проявляется в а) неопределенности оценок важных аспектов жизни, таких как отражение этнического статуса в удостоверении личности человека или роли народных обычаев и традиций, и б) иллюзорности мышления, когда складывающиеся представления об инокультурных группах основаны на воображаемой реальности, а не на фактах, доступных жизненному опыту.

В.А. Тишков, имея в виду этническую границу, конституирующую группу, заметил, что «подавляющее большинство членов группы ложится спать и встает не с вопросами «кто мы?» — русские, татары, чуваша или чеченцы, если, конечно, на их дома не падают бомбы по причине именно подобных вопросов» [22, 120–121]. Тем не менее, наши изыскания выявили значительную актуализацию этнической компоненты в жизни русских воронежцев, живущих в достаточно однородной и неконфликтогенной среде. Большинство обращает внимание на этническую принадлежность человека в общении. Кроме того, часть русских жителей хотела бы зафиксировать национальность в российском паспорте.

В сознании русских г. Воронежа сильны примордиалистские взгляды на этническую принадлежность как на врожденную характеристику человека. Преобладание биосоциальных признаков этничности в противовес социально-политическим соответствует распространенности простейших форм поддержания чувства близости с родственной группой. Не исключено, что такая подпитка подменяет гражданскую идентичность. Несмотря на то, что более половины опрошенных идентифицируют себя как граждане России, немало и тех, у кого отсутствует какая-либо идентификация или этническая идентичность приобретает негативные черты. Доля людей с ущемленным сознанием, основу которого составляют самоуничижительные характеристики своего этноса с отрицательными установками на общение с другими народами, достигает трети русского населения. В то же самое время маркеры разобщенности скорее имеют

архаическое, основанное на коллективном бессознательном, нежели социально-политическое свойство: людей зачастую разъединяет внешность и особенности поведения представителей других культур.

Толерантность, как основная ценность гражданского общества, по меткому замечанию М. Уолцера, базируется на отсутствии постоянной составляющей в местоимениях «мы» и «они» [20, 104]. К сожалению, Воронеж еще далек от этой идеальной модели постмодернистского общества, основанной на индивидуальной свободе. Культурные дистанции, выстраиваемые в этносознании половины русских жителей, по своему масштабу и содержанию довольно велики.

Высокой степенью толерантности сознания обладают чуть больше четвертой части воронежцев: они декларируют ценность человеческой личности, у них отсутствует образ врага, они терпимы к иным взглядам и ориентируются на благожелательное отношение к людям других культур. Черты, которые приписываются представителям «своей» этнической группы, имеют в основном положительные коннотации.

Общая картина этнического самосознания русских воронежцев была конкретизирована в ходе типологического анализа. Выделилась акцентированная группа с сильно выраженной стереотипизированностью мышления. В нее входят мужчины молодого возраста с невысоким уровнем образования. Мы предполагаем, что эта часть населения характеризуется первичным уровнем развития этносознания и требует особого внимания со стороны агентов социализации. В состав второй группы входят высокообразованные и материально обеспеченные люди активного возраста. Они отличаются демократичностью взглядов на природу этничности, среди них происходит формирование гражданской идентичности при сохранении этнической самоидентификации. Вероятнее всего, они имеют высокий уровень этносознания, в котором преобладают мотивы общественной направленности. Еще одна, чисто женская группа, отличается возрастом выше среднего, низким социоэкономическим статусом, а также замкнутостью в своей этнической среде.

Дальнейшие исследования следует строить в русле гендерного анализа с учетом полученной типологии. Отдельной диагностики также требует изучение структуры той группы воронежцев, где преобладают мужчины молодого возраста без высшего образования.

г. Воронеж

Литература и примечания

1. См.: Арутюнян Ю. Об этнических компонентах российской идентичности / Ю.В. Арутюнян // Социол. исслед. — 2009. — №6. — С.38-44; Он же. Русский этнос: демографические изменения и востребованность межэтнической интеграции / Ю.В. Арутюнян // Социол. исслед. — 2010. — №2. — С.42-49; Дробижева Л.М. Идентичность и этнические установки русских в своей и иноэтнической среде / Л.М. Дробижева // Социол. исслед. — 2010. — №12. — С.49-59; Кригер Г.Н. Факторная структура этнического самосознания представителей телеутского, русского и татарского этносов / Г.Н. Кригер // Сибирский психологический журнал. — 2007. — №25. — С.148-150; Сабирова Г. Этническое

самосознание в социокультурном контексте провинциального региона / Г. Сабирова. — Режим доступа: <http://www.regioncentre.ru/resources/books/drug/drug10/> (дата обращения 1.08.2011) и др.

2. См.: Хотинец В.Ю. Этническое самосознание / В.Ю. Хотинец. — СПб.: Алетей, 2000. — 235 с.

3. См.: Налчаджян А.А. Этнопсихология / А.А. Налчаджян. — СПб.: Питер, 2004. — 381 с.

4. Сикевич З. В. О соотношении этнического и социального / З.В. Сикевич // Журнал социологии и социальной антропологии. — Т. II — 1999. — Вып. 2. — С. 70. — Режим доступа: http://read.newlibrary.ru/read/sikevich_z_v_/page0/o_sootnoshenii_yetnicheskogo_i_socialnogo.html (дата обращения 14.08.2011).

5. Нельзя согласиться с тем, что выделение поведенческого компонента является излишним расширением понятия «этническая идентичность», если мы рассматриваем его в широком контексте. См.: Стефаненко Т.Г. Этнопсихология / Т.Г. Стефаненко. — М.: ИП РАН, Академический Проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2000. — С.211. 320. Поведенческий аспект связан с формированием установок и построением стратегий межкультурного взаимодействия.

6. См.: Сикевич З.В. Социология и психология национальных отношений / З.В. Сикевич. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1999. — 203 с.

7. Этнические группы и социальные границы. Социальная организация культурных различий / под ред. Ф. Барта; пер. с англ. И. Пильщикова. — М.: Новое изд-во. — 2006. — 198 с.

8. Титов В.Н. Формирование прессой образа этнического иммигранта (взгляд социолога) / В.Н. Титов // Социол. исслед. — 2003. — № 11. — С.41-50.

9. См.: Ежемесячный бюллетень социологических сообщений по г. Воронежу / Ин-т общественного мнения «Квалитас». 2004 №3, С. 14-16; Никитина А. Воронеж очищается от символов вражды / А. Никитина, А. Назарова // Международная сеть — молодежное правозащитное движение — 2008. — 14 авг. — Режим доступа: http://www.yhrm.org/news/regions/voronezhskaya_oblast/voronezh_ochishchaetsya_ot_simvolov_vrazhdy (дата обращения 10.03.2011).

10. См.: Национальный состав населения по субъектам российской федерации — Всероссийская перепись населения 2002 г. — Режим доступа: http://www.perepis2002.ru/ct/html/TOM_14_25.htm (дата обращения 25.03.2011).

11. Явление «областного сознания» было обнаружено в современной Испании, у населения которой чувство регионального единства заменяет идентификацию по этническому признаку. См., подробнее: Кожановский А.Н. Испания: этнический фактор и административные границы / А.Н. Кожановский // Обществ. науки и современность. — 2002. — №6. — С.78-89.

12. В исследовании известного этносоциолога были выделены три группы — этнофоры, россияне, глобалисты. См.: Арутюнян Ю.В. Русский этнос: демографические изменения и востребованность межэтнической интеграции / Ю.В. Арутюнян // Социол. исслед. — 2010. — №2. — С.42-49.

13. См.: Арутюнова Е.М. Российская идентичность в представлении московских студентов / Е.М. Арутюнова // Социол. исслед. — 2007. — №8. — С. 77-85; Красова Е.Ю. Образ России в восприятии воронежских студентов / Е.Ю. Красова // Вестник Воронеж. ун-та. Сер. История. Политология и социология. — 2008. — №2. — С.71-83; Россия великая держава? // Данные всероссийского опроса ВЦИОМ, январь, 2006 г. — Режим доступа: http://wciom.ru/no_cache/arkhiv/tematicheskiiarkhiv/item/single/3895.html?cHash=cb08027132&print=1 (дата обращения 26.08.2008).

14. См.: Семененко И.С. Культурные факторы и механизмы формирования российской национально-

цивилизационной идентичности на рубеже XXI в. / И.С. Семенов // По-лит. исслед. — 2004. — №1. — 101-114.

15. См. : Мукомель В. Методические и практические аспекты изучения интеграции имми-грантов: специфика постсоветского пространства / В Мукомель // Методология и методы изучения миграционных процессов. Междисциплинарное учебное пособие / под ред. Ж. Зайончковской, И. Молодиковой [и др.]. — М.: Центр миграционных исследований, 2007. — С. 142-170. — Режим доступа: <http://migrocenter.ru/publ/pdf/method.pdf> (дата обращения 5.04.2011).

16. Использовалась классификация, разработанная В.Н. Панферовым и успешно применен-ная в исследовании этносознания петербуржцев. См. : Сикевич З.В. Социологическое исследование : практическое руководство / З.В. Сикевич. — СПб. : Питер, 2005. — 320 с.

17. Сикевич З.В. Социальное бессознательное / З.В.

Сикевич, О.К. Крокинская, Ю.А. Пос-сель. — СПб. : Питер, 2005. — 267 с.

18. Иссерс О.С. Языковые маркеры этнической ксенофобии (на материале российской прес-сы) / О.С. Иссерс, М.Х. Рахимбергенова // Полит. лингвистика. — 2008. — №3. — С.1-6.

19. См. : Гришина Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. — СПб. : 2003. — 464 с.

20. Уолцер М. О терпимости / М. Уолцер; пер. с англ. И. Мюрнберг. — М. : Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. — 160 с.

21. См. подробнее: Типология и классификация в социологических исследованиях. — М.: Наука, 1982. — 296 с.

22. Тишков В.А. Реквием по этносу : Исследования по социально-культурной антропологии / В.А. Тишков. — М. : Наука, 2003. — 544 с.



А. Факторович

Красота в языке

Алимурадов О.А., Каратышова М.А. Красота в языке: Гендерный и прагматический анализ комплиментарного речевого поведения. — Пятигорск: СНЕГ, 2010. — 140 с.

Исследование пятигорских авторов (учителя и ученицы), содержание которого несколько шире названия, выполнено в русле плодотворной тенденции гуманитарного познания — раскрытия сфер всеобщности в их филологическом закреплении. Филологический образ мира, развиваемый с опорой на положения академика В.Н. Турбина, профессора В.Г. Щукина, дает возможность представить сложную реальность в цельной интеграции.

Актуальность интегративного представления реальности не вызывает сомнений. Его естественная совместимость с материалом заявлена и раскрыта в монографии. Авторы намечают перспективу «интегрировать такие сферы...познания, как концептология и гендерология» (С. 4), а сложнейшая коммуникативная реальность побудила органично соединить с концептом и гендером также титульный феномен красоты. Подчеркнем атрибутирование реальности. Оно отвечает как традициям, так и новой установке, поименованной, например, В.М. Розиным «Конституирование себя и реальности как способ жизни новоевропейской личности и философа» (Вопр. философии. — 2009. — № 7. — С. 91-106). Своевременность такого подхода обусловлена и тем, что категориальная сущность реальности как макрофеномена все еще остается недостаточно изученной. Это в современной науке привело к разнообразным интерпретациям реальности, что полно охарактеризовано во введении к монографии. (А также — в новой работе одного из соавторов: Алимурадов О.А. Концепт и лингвистическая семантика. Saarbrücken Lambert Acad. Publishers, 2011. — 310 с.). Пятигорскими учеными избран характерный способ раскрытия реальности — в единстве общего и особенного. Но осуществлен он вполне приоритетно, причем с учетом крайне специфичного эмпирического пространства.

Гендер в труде оказался особым ключом к скрытым сущностям, конституирующим сознание и подсознание. Причем сущности раскрыты емкими явлениями «Анализ языкового материала позволяет утверждать, что салиентными (выделенными) сущностями для женского сознания являются такие компоненты, как лицо, глаза, волосы, улыбка...» (С. 71). А вот в речи мужчин при положительной оценке «чаще подчеркивается стройность фигуры, ...ноги, грудь, бедра, талия» (С. 78). Достойны поддержки столь скрупулезная обработка эмпирического материала и собственный аппарат интерпретации. В дефи-

ниционном отношении выдержано строгое единство, обеспечивающее полноту представления результатов исследования. Отметим здесь одно из теоретических открытий — категорию салиентности, т.е. системно-динамической выделенности, которая столь уместна для подчеркивания «компонентов»: от лица до волос и далее.

Триединству вышеназванных феноменов соответствуют три главы труда. Исходная — «Лингвистический статус концепта и гендерные стереотипы в дискурсе» — радиально намечает и организует подачу всего последующего материала в различных внутренних связанных плоскостях.

Центральная глава — «Модели концепта BEAUTY (красота) и роль гендерной принадлежности личности в их структуре и содержательном наполнении» — обобщает триаду в системе моделей и намечает коммуникационные корреляции. В концепте КРАСОТА выявлена яркая ценностная маркированность, сущностная его грань в том, что красота — важнейший ориентир деятельности. Сема красоты может быть имплицитной — она сияет, мерцает (по Ю.Н. Тынянову) или таится везде. Цельным этот концепт является потому, что он вариативен.

Причем вариативность взаимоопределяется с общением. И заключительная глава — «Гендерно детерминированные стратегии и тактики комплиментарного речевого поведения» — целенаправленно и оригинально, теоретично и живо оригинально демонстрирует условия успешности коммуникации.

Украшение текста о красоте — связка завершающих разделов 3.2 и 3.3, посвященных соответственно тактикам и стратегиям вербализации концепта BEAUTY женщинами и мужчинами. Так, по цели воздействия в рамках стратегии одобрения выделены две основные тактики, и также две — в рамках кооперативной стратегии, при которой используется «комплимент в качестве особого средства, помогающего наладить контакт и установить отношения сотрудничества с речевым партнером» (С. 103). Особенно показателен анализ области Spiritual beauty, где, оказывается, многие феномены, например доброта, системно, имманентно, порою изначально концептуализируются как красота.

Достоинство труда — сквозная систематика. Характеристикой с двуединых позиций охвачено крайне многоаспектное, внешне необозримое пространство. Первая позиция — система корреляций деятельностью и концептосферой — стержень, цементирующий все три главы.

С ней связана вторая позиция — гендерная обусловленность коммуникации. Она служит дополнительным креплением во второй и третьей главах, а также меж ними.

В результате ясно показано особая целостность — коммуникация, в которой опорные концепты гендерно детерминированы.

Как первая, так и вторая позиция освещены многомерно, цельно, в оригинальных категориальных координатах, а раскрытие их глубиной взаимосвязи — один из наиболее значимых и бесспорных приоритетов концепции.

Воплощение триады КОНЦЕПТ-ГЕНДЕР-КРАСОТА в рассматриваемой коммуникации — клубок парадоксов женской и мужской (речевой) деятельности. Клубок размотан, парадоксы раскрыты соавторами четко и перспективно. Привычные как будто истины, верифицированные в единстве давних традиций и постпостмодернистского инструментария, становятся опорными: «В самом общем смысле речевое поведение мужчины характеризуется как авторитарное. Это своего рода проекция существующего в обществе образа мужчины как представителя “сильного” пола. Доминирование в общественной жизни обуславливает мужское доминирование в коммуникации». (Как тут не вспомнить воронежскую книгу «Мужской разговор»...).

С приведенным обобщением соотносятся конкретные приоритеты: «Для речи мужчин характерны точность, эксплицированность, терминологичность. Мужчине принадлежит первенство в продолжительности говорения... Для мужчин свойствен соперничающий способ ведения диалога...» (С. 67).

И, конечно, здесь парадоксалистская реальность, бестрепетно постигаемая соавторами, готовит когнитивную ловушку: «Как отмечает Е.А. Земская, особенностью речевого поведения многих мужчин является феномен так наз. психологической «глухоты»... Мужской тип коммуникации характеризуется как более динамичный, но менее гибкий, чем женский».

Итак, сопряжены женская гибкость и мужская категоричность, на грани глухоты? Но М.А. Каратышова и О.А. Алимуратов (разногендерно и сбалансированно) учитывают системное противодействие. И, избежав ловушек, выявляют те коммуникативные ресурсы, где парадокс закономерен и почти прозрачен. В этом явлена достойная амбивалентность, впервые осмысленная Р.Мертоном, тот случай, когда, по удачному титулу недавней публикации, «Продвигаясь вперед, наука непрерывно перечеркивает сама себя» (Шестерина А.М. О работе научной лаборатории «Медиапсихология» // Акценты. — 2011. — Вып. 1-2. — С. 49-54).

К таким ресурсам коммуникации с закономерными парадоксами относятся средства комплиментарности. С одной стороны, «мужчина в ситуации комплимента часто выглядит прямолинейно, может использовать более грубый, стилистически сниженный лексикон» (С. 97). А вместе с тем «остается только удивляться фантазии и выдумке мужчин в подчеркивании отдельных черт, связанных с внешними данными представительниц противоположного пола» (С. 97); причем в этой вселенной коммуникационных ресурсов трогательная сниженность гармонично ин-

тегрируется с органичным возвышением: от slickchick «цыпочка» до bluerose «недостижимый идеал». А конкретность — с такими несравненными обобщениями, как bachelor s wife «мечта холостяка».

Чуткое постижение многообразия привело к четкой дифференциации, в которой соотнесены четыре вектора «любования красотой» от преклонения до иронии: женщина о женщине, женщина о мужчине, мужчина о мужчине и, главное, мужчина о женщине. Результаты анализа подтверждаются и материалом, не вошедшим в книгу, но вполне репрезентативным для теории коммуникации (с позиций, развернутых в монографии, становятся, например, объяснимы оценки, которые С. Берлускони дает А. Меркель, Б. Обама, К. Бруни и другим современникам).

Охват коммуникационного многообразия возвращается в филологию более высоким уровнем обобщений — принципиален в этом плане «метафорический перенос КРАСОТА-СИЛА». Он убедительно характеризуется следующим образом: «красота — это сила, поэтому тот, кто ею обладает, может доминировать и «поражать» других» (С. 67). Так раскрывается характерный типаж коммуниканта, в отношении которого «метафорическое описание однозначно указывает на пленяющую, подчиняющую других силу красоты, так же как и окказиональный метафорический перенос «глаза-пули».

Соотношение между общим и особенным находит в построении целого, в содержании каждой главы вполне уместную реализацию. И четко намеченная цель осуществляется путем обоснования сложных, многоступенчатых и разветвленных категориальных связей.

Именно потому системно раскрыты женские и мужские интенции: «Говоря о внешней красоте женщины, мужчина достаточно редко дает оценку ее характера, поведения, поступков, интеллектуальных качеств...» (С. 97). Редкое, кстати, показано соавторами столь же полновесно, сколь и частотное, и оба полюса от этого выигрывают.

Равно как выигрывает коммуникационная систематика мужской и женской речи. Соавторы отмечают, привлекая совершенно новые источники, позитивную рефлексию тех трудов Рут Лакофф по данной проблеме, которые получили высокую оценку у представителей различных научных школ.

Эти фрагменты монографии коррелируют с релевантным историко-познавательным контекстом. Ведь, начиная с XI в., женщины-мистики стали отмечать несовместимость своего языка с мужским в топосе сдержанности, настаивали на своем неотъемлемом праве создать особенный язык, который мог бы пользоваться и телом в качестве чувственного вспомогательного средства при построении языка «тотального», с синтаксисом, включающим, помимо слов, невербальные средства, такие, как восклицания, слезы и молчание. Как известно (например, по свежим обобщениям Е.И. Горошко), в сфере мистицизма литературное творчество женщин поощрялось даже в период раннего Средневековья, созданный ими «новый язык» стал языком

для всех мистиков независимо от пола. Философ и литератор Беатриса Назаретская в книге «Семь видов любви» для достижения нужного эффекта взывала к чувствам, осязанию, слуху и вкусу. Позже, в XVII веке это продлилось в романах мадам де Севинье, а также — в распространенном жанре девичьего творчества — «Правила (законы) любви». По средневековым источникам, Данте сказал: «Ева есть основательница языка»: первыми человеческими словами, согласно Библии, были слова женщины, сказанные ею Адаму в Эдемском саду, т.е. женщина стоит у истоков языка.

Соавторы правы в том, что «уместно говорить о существовании мужских и женских целей (интенций) коммуникативного поведения. Произносятся одни и те же фразы, мужчины и женщины могут руководствоваться разными мотивами». (Разницу подтверждает и ряд хрестоматийных присловий, в том числе: если женщина говорит «да» — это не женщина). Типовые контексты ведут к открытию, дескрипции нового знания: «присущие женщине «разговоры ни о чем» на самом деле являются одной из очень важных форм социализации... Во всех возрастах женщины больше мужчин нуждаются в самораскрытии» (С. 45).

Биопсихологическое начало показано при этом в своей относительности, акцентирующей его реальную внутреннюю силу. И ярким итогом этого аналитического пласта, показательным для современной науки о коммуникации служит следующее обобщение: «Использование «мужского» и «женского» стилей речевого поведения не всегда обусловлено принадлежностью коммуниканта к соответствующему полу, поэтому уместно вести речь об определенном наборе мужских и женских речевых стратегий и тактик, которые под влиянием факторов различного порядка могут быть использованы коммуникантами обоих полов» (С. 111).

Этот итог закономерно подготовлен каскадами категоризаций — например, таких: «Если женщина использует в речи, например, инвективные выражения, то это свидетельствует о ее желании ассимилироваться в мужской группе и завоевать соответствующий статус» (С. 35). Как тут не вспомнить русиста Е.М. Галкину-Федорук, мифологизированную как непревзойденный теоретик и практик инвектив, с которой не мог сравниться ни сантехник, ни филолог-мужчина.

Оскорбление может переходить в шутку — их тонкие грани анализируются соавторами с сообразной виртуозностью (в том числе в связи с инвективным bitch). Важно, что соответствующие целые не равны сумме частей (С. 55). При этом взаимоперетекают доминанты мужского превосходства и женской солидарности.

Авторы из оригинального, выявленного ими триединства феноменов выводят чрезвычайно существенную эпистемическую установку — детерминируют телеологичный понятийный аппарат. Сущностные связи, раскрытые впервые, значимы вдвойне: сами по себе и в широком познавательном контексте. Они явно или имплицитно оказываются своеобразной

«кровеносной системой» всего исследуемого пространства. Это важно тем более, что избранная сфера влечет теоретиков и практиков множеством загадок, среди которых — контраст между поверхностной определенностью и внутренней непостижимостью многих участков концептуального лабиринта. Отмеченные достоинства обеспечены крайне трудоемкой предварительной систематикой и даром поэпизодного представления коллизионных систем. Целостность создают взаимодополняющие теоретические источники.

В книге соблюдены и все формальные требования. Научный аппарат отобран на современном уровне и оформлен единообразно. Слог полностью отвечает требованиям жанра, являя увлекательный академизм. Оформление монографии о красоте достойно объекта.

Гипотеза исследования рассредоточена в концептуальных узлах труда, явно не названа — и тем очевиднее, убедительнее доказательство системы предположений о том, что гендерные различия сложно, динамично взаимодействуют с внегендерным единством.

Это осуществлено путем разворачивания авторской концепции с помощью адекватного операционального комплекса. Ступком доказательства может служить впервые выявленная как у женщин, так и мужчин типичная «метафорическая проекция КРАСОТА-СВЕТ» (С. 85). Подобная подача материала вполне очевидно обогащает эрудицию читателей.

Таким образом, работа отвечает лучшим традициям отечественной филологии и в то же время развивает их в оригинальном направлении. Значительна заслуга соавторов и в аспектном ракурсе. Все компоненты объекта раскрываются в единстве разномасштабных измерений.

Немногочисленные огрехи в тексте книги о красоте носят редакционный характер (на С. 8, на 14-й строке снизу, вместо З.Я.Тураева — Э.Я. Может, потому что буква Э красивее?).

Дополненное переиздание книги (большинство из 700 экз. которой уже задействованы в учебном процессе) крайне желательно. И к намеченной соавторами перспективе — более детальному раскрытию проблематики, например, в медицинском дискурсе, можно добавить как расширение теоретизации — скажем, в осмыслении педагогического дискурса, так и устранение единичных технических недочетов.

Итак, красота как объект раскрыта соавторами с категориальной гармонией и изяществом, побуждая видеть в работе развитие традицией эстетических доминант познания, развернутых К. Фосслером (Верю, ибо красиво).

Потому опорные идеи позволили исследователям с современных позиций описать и систематизировать на единых принципах неоднозначно трактуемый материал. Соответственно, в работе нетривиально формализовано описание феноменов. Избранная для исследования область, являющая коммуникационные, информационные, ментальные парадоксы, благоприятствует так наз. «новой строгости» (П. Фейерабенд),

которую сумели обеспечить соавторы. В целом труд относится к категории исследований, реализующих наиболее перспективные тенденции современной гуманитарной науки. Убедительно обобщены репрезентации ключевых концептов. Репрезентативность и значимость результатов удваивается, умножается выбором аналитических срезов: обоснованные автором обобщения оказываются ценными для полярных и переходных феноменов в принципе.

В этом смысле книга, близкие ей работы знаменуют новый этап в исследовании коммуникационных и знаковых пространств, характеризующийся сменой приоритетов — от статических моделей к многомерным динамическим. Новейшие исследования коммуникации представляют её всё более многомерно, что парадоксально сопутствует росту концептуальной четкости.

г. Краснодар



И. Харсеева

Стереотипы о России за рубежом

(на материалах зарубежных СМИ)

Уже на протяжении длительного времени между такими науками, как социология и психология, политология и филология, история, реклама и PR, ведется полемика по определению понятия «стереотип», делаются попытки выявить пути формирования и распространения национальных стереотипов в обществе, обсуждается вопрос о влиянии их на отношения между странами.

Термин «стереотип» (греч. «stereos» – твердый, «typos» – отпечаток) введен в научный оборот американским социологом У. Липпманом. В книге «Общественное мнение», вышедшей в 1922 г., он попытался определить место и роль стереотипов в системе общественного мнения.

«Стереотипом» У. Липпман назвал метод, с помощью которого общество пытается категоризировать людей: «как правило, общественное мнение просто ставит «штамп» на основе некоторых характеристик».¹

У. Липпман выделил четыре аспекта стереотипов:

- 1) стереотипы всегда проще, чем реальность;
- 2) люди приобретают стереотипы (от знакомых, средств массовой информации и пр.);
- 3) все стереотипы ложны. Они приписывают конкретному человеку черты, которыми он обязан обладать лишь из-за своей принадлежности к определенной группе;
- 4) стереотипы очень живучи. Даже если люди убеждаются в том, что стереотип не соответствует действительности, они склонны не отказываться от него, а утверждать, что исключение лишь подтверждает правило.²

Если У. Липпман заложил теоретические основы изучения стереотипов, то американские ученые Д. Кац и К. Брейли в 1933 г. разработали методику, которая получила впоследствии широкое распространение и на долгие годы стала определяющей для исследователей национальных стереотипов. Ученые дали следующее определение: «Этнический стереотип – это устойчивое представление, мало согласующееся с теми реалиями, которое оно стремится представить, и вытекающее из присущего человеку свойства сначала определить явление, а потом уже его пронаблюдать».³

В современном мире люди во многом воспринимают страны так же, как торговые марки или бренды. Одним они симпатизируют, другим – нет. Ведь любить все государства, зарегистрированные в ООН, согласиться, практически невозможно. Поэтому нам обычно знакомы два или три аспекта жизни страны – и на этом, к сожалению, все.

С точки зрения европейца, покупая пару кроссовок «Nike» или джинсы «Levi's», пачку «Marlboro»

или бритву «Gillette», «I-Phone» или компьютер IBM, мини-фургон «Chrysler» или хотя бы гамбургер и банку «Coca-Cola» в «McDonald's», вы покупаете «кусочек» Америки. Легендарные и манящие Соединенные Штаты, заслуженно или нет, остаются воплощением страны, где сбываются мечты.⁴

А какая ассоциативная цепочка появляется в голове среднего американца или представителя любой другой страны, когда ему говорят «Россия»? Медведи, нефтяные вышки, пьяные мужики и холод. Возможно ещё, водка и матрешка...

Современные ассоциации, возникающие в сознании жителей других государств по поводу России, мы решили исследовать в ходе анализа западной газетной периодики за июнь 2010 г. – апрель 2011 г. различных европейских стран: США («The New York Times», «Los Angeles Times», «The Washington Post», «The New Yorker», «Business Week», «Forbes»); Великобритании («Daily Mail», «The Times», «The Financial Times», «The Sunday Times», «The Guardian»); Франции («Le Monde», «Les Echos», «L'Express»); Германии («Die Welt», «Der Spiegel»); Австрии («Die Presse»); Италии («La Repubblica»); Швейцарии («Tribune de Genève»).

Всего материалом для исследования послужили 37 публикаций зарубежных газет.

В качестве эмпирического материала для исследования мы использовали публикации изданий, которые освещают различные аспекты западно-российских отношений. Используя электронные архивы данных газет, мы отбирали материалы по факту наличия в них российской тематики.

Выбор печатных СМИ в качестве эмпирической базы исследования обусловлен тем фактором, что газетная периодика на современном этапе в большей степени обслуживает информационные потребности наиболее интеллектуального слоя аудитории западных масс-медиа. В газетных публикациях происходит формирование национальной идеологии путем выстраивания системы манипулятивных медийных мифов, которые «цементируют» предлагаемую читателю картину мира, не давая ей распасться, и несут мощный идейный заряд. Данная тенденция наблюдается во многих независимых государствах, возникших после распада Советского Союза.

На основе изученных публикаций мы можем выделить наиболее часто встречающиеся в западных изданиях стереотипы о России:

Стереотип 1. Коррупция. Инвестиции. Несовершенная судебная система. Мафия

«Крупнейшим препятствием к экономическому росту в России является коррупция, и россиянам это известно. Большинство россиян хочет выбирать

своих государственных и региональных лидеров на конкурентных выборах, иметь свободу собраний и свободную прессу". — The New York Times.⁵

"Российская раковая опухоль номер один - коррупция", — пишет Die Presse.⁶

"Инвестиционный климат в России ухудшается: компании, связанные с государством, душат конкуренцию, а крупные расходы государства создают огромную опасность для бюджета. Главные причины - отсутствие конкурентной среды, коррупция и не совсем адекватная юридически-правовая система. Российский бюджет все больше напоминает годы накануне распада СССР", — пишет The Financial Times.⁷

"В России «лапа» из фразеологизма «дать на лапу» победила «сильную руку», — утверждает Washington Post. «Последние 10 лет Владимир Путин, ныне премьер-министр, строит жестко-централизованную, практически неподотчетную политическую структуру, которая терпит коррупцию и сильно ей подвержена. Но теперь коррупция, по-видимому, вышла за рамки власти Кремля», — пишет журналист Уилл Ингланд.⁸

"Всепроникающая коррупция, отсутствие независимого правосудия, повышенный риск экспроприации, неэффективное управление и произвольное применение законов сделали Россию одной из десяти самых опасных стран мира для инвесторов", — пишет Les Echos.⁹

"Россия — это «настоящее мафиозное государство», — пишет на страницах The Guardian Пэдди Роулинсон. «Шокирует не коррупция и криминальное состояние российской политической и деловой элиты, а та роль, которую в поддержании такой системы играют «уважаемые» предприятия и политики из государств, в которых «правит закон». Нужно убрать ярлыки «коррупция» и «мафиозное государство» и назвать вещи своими именами: «бизнес», «ОАО Россия». Вот это была бы настоящая утечка», — заключает автор.¹⁰

"Самые престижные профессии в России - те, где коррупция стабильна", — Le Monde.¹¹

"Не станут ли коррупция, отсутствие инноваций и неповоротливость госсектора непреодолимыми препятствиями на пути к реализации мечты президента РФ Дмитрия Медведева о Сколково?" — таким вопросом задается на страницах Business Week Любовь Пронина.¹²

Корреспондент Le Monde пишет о пробках, образующихся на московских улицах из-за аварий. "Попавшие в ДТП водители вынуждены часами ждать прибытия инспектора ДПС, так как в России водители не могут сами составить протокол ДТП. Им остается запастись терпением, а главное - ничего не трогать. Чтобы ускорить процесс или добиться благоприятного решения, водители дают инспектору взятки, и такая ситуация устраивает всех: и инспекторов, имеющих дополнительный доход, и водителей, получающих возможность быстрее отправиться по своим делам".¹³

"Репутация России как коррумпированной страны уже превратилась в клише, но ее влияние на об-

щественную жизнь на всех уровнях трудно переоценить. Коррупция достигла такого уровня, что фирмы, участвующие в подготовке черноморского курорта Сочи к зимней Олимпиаде 2014 года, сообщают, что вынуждены платить откаты в размере свыше 50%. В России государственная служба исторически воспринималась как средство личной наживы: чиновникам платили мизерное жалованье или вообще его не платили, предполагая, что они будут кормиться взятками. Почти любого можно подкупить, иногда с ужасающими последствиями", — The New Yorker.¹⁴

Daily Mail: "Россия — «мафиозное государство», где устрашающая ФСБ, преемница КГБ, пользуется огромной властью и действует как государство в государстве, а доходы от коррупции превысили 200 млрд фунтов в год", — пишет издание. «Нам следует помнить, что главной жертвой, в то время как коррумпированные лидеры набивают свои карманы, является российский народ. Мы также должны помнить о мытарствах соседей России - наших храбрых союзниках в странах Балтии, а также одинокой Грузии, единственной рыночной демократии на южной границе России», — пишет газета. «После недавних обвинений чиновников ФИФА в широкомасштабном взяточничестве и коррупции вполне логично, что выиграла заявка страны, которая обворовывается и некомпетентно управляется кликой мошенников и секретных агентов — по-видимому, крупнейшим и самым могущественным синдикатом организованной преступности в истории», — говорится в Daily Mail.¹⁵

"Изъяны российской судебной системы заметны каждодневно. Коррупция носит характер эпидемии, властью государства часто злоупотребляют, высокопоставленных политиков почти никогда не привлекают к ответственности за проступки. Череда убийств известных правозащитников и журналистов не раскрыта, хотя критики правительства сплошь и рядом оказываются на скамье подсудимых. Новый приговор Ходорковскому воспринят как недвусмысленный сигнал, что Путин продолжает контролировать страну". — The New York Times.¹⁶

The Financial Times: "Российское правительство старается что-то изменить, и определенный прогресс — например, поправки к закону о банкротстве, — налицо. Однако, по словам большинства опытных инвесторов, главная проблема — не в законах. Защита иностранных акционеров если и осуществляется, то слабо, и все они зависимы от Кремля и могущественных местных сил", — утверждает издание. Одной из проблем издание считает концентрацию больших долей акций в одних руках: «доминирующий акционер или группа акционеров склонны считать компанию своей личной собственностью даже после ее превращения в открытое акционерное общество». ¹⁷

По мнению El Pais, в России нет ни разделения властей: «щупальца могущественной исполнительной власти дотягиваются до судебной и законодательной ветвей», ни нормальных политических партий. Если изучить по отдельности речи Медведева и российскую реальность, покажется, будто речь идет о двух разных странах: Медведев предстанет как либерал и

реформатор, но на деле политика остается прежней — не исчезают ни протекционизм, ни авторитаризм, ни коррупция».

“В депешах с WikiLeaks Россию осуждают, называя «мафиозным государством», — пишет The Guardian и пересказывает секретные телеграммы дипломатов, отражающие точку зрения американцев:

1) “сотрудники российской разведки используют высших боссов мафии для осуществления преступных действий — например, незаконной торговли оружием”;

2) “правоохранительные органы — милиция, спецслужбы и прокуратура — действуют как фактические рэкетиры, берущие под покровительство криминальные сети”;

3) “процветают взятки, функционирующие как параллельная система налогообложения для личного обогащения милиционеров, чиновников и ФСБ”;

4) Путина обвиняют в накоплении «незаконных доходов» в период пребывания у власти; несколько источников утверждают, что эти средства спрятаны за границей. Россия — автократическая клептократия, ее реальный правитель — Владимир Путин, а чиновники, олигархи и оргпреступность повязаны между собой и образуют «настоящее мафиозное государство», — так интерпретируют западные СМИ депеши американских дипломатов, опубликованные на скандальном сайте.¹⁸

Стереотип 2. Путинский режим и спецслужбы.

Le Monde: “Катастрофа выкристаллизовала такие особенности путинской системы, как популистские обещания, сплоченность перед лицом воображаемого врага, культ государства — всемогущего и уязвимо одновременно. Патриарх возносит молитвы о дожде, юный президент-модернизатор созывает совещания и отчитывает адмиралов, а «национальный лидер» разъезжает по регионам и успокаивает низы. Пожары, которые пресса теперь сравнивает с монголо-татарским игом и нацистским вторжением, из рубрики «Происшествия» перекочевали в ранг нового чудовища, с которым борется двуглавый Георгий Победоносец российской власти», — резюмирует издание.¹⁹

Der Spiegel: «В первую очередь за культом Анны скрывается сильно подпорченный имидж российских спецслужб, которые больны теми же болезнями, что и вся страна: кумовство, коррупция и алчность».²⁰

“История Чапман много говорит о том, что Россия ненасытно жаждет сенсаций и шика. «Она также напоминает, что, несмотря на все перемены, эта страна остается централизованной и автократической», — утверждает автор. Энн Макэлвой из The Sunday Times. “Путин начал ловкую кампанию по превращению истории о провале шпионов в развлекательную сагу», — полагает автор статьи. Фотосессия Чапман воплощает лейтмотив путинского периода: «можно быть сексапильным, раскованным и богатым, но одновременно преданным порождением старой системы КГБ».²¹

«Несмотря на трудности, некоторые местные жители отказываются винить правящий тандем», —

отмечает корреспондент The Guardian. Женщина, у которой от пьянства умерли двое сыновей и муж, просит передать “спасибо Путину”: “Не его вина, что мои сыновья стали пить. Это все местный магазин, который слишком поздно закрывался. Путин хорошо говорит. Сказал, что повысит пенсии, и повысил. По крайней мере, войны нет”, — говорит Клавдия Турбанова. — “Мне нравится Путин, он хороший. И этот, другой, его помощник». - «Президент Медведев?» — уточняет Парфитт. - «Да, точно. Он мне тоже нравится».²²

Стереотип 3. Русские женщины

Die Presse: «Яркий макияж, сексуальная внешность, одежда, подчеркивающая достоинства, — русскую женщину в деловом квартале в центре Вены узнать нетрудно. Однако мало кто может предположить, что эта красotka — бизнес-леди. По словам эксперта в области межкультурного менеджмента Ханнелоре Шмидт, у русских принято демонстрировать как на работе, так и в быту то, что они имеют: власть, богатство. Не становится исключением и женская привлекательность!»²³

По случаю появления Ирины Шейк на обложке американского спортивного журнала Sports Illustrated журналистка Forbes Кири Блейкли пишет о достоинствах и недостатках русских девушек: «В Москве каждая Ирина, Настя, Таня и Екатерина — сногшибательная красавица... Куда ни посмотри — безупречная кожа, высокие скулы, идеальный нос, пухлые губы. К тому же они умеют ходить по наледь на шпильках, и арктические температуры не помеха их страсти дефилировать в малюсеньких узких юбках», — делится собственными наблюдениями Блейкли. “Поэтому неудивительно, что модельные агентства битком набиты русскими девушками. Во всем мире есть красивые женщины. Но русские очень ценятся за трудолюбие. Русские девушки за себя не платят и не переносят в ушах «экспрессивности», из-за чего им зачастую приходится исполнять роль «бесстрастного ходячего банкомата».²⁴

Стереотип 4. Кто хочет иметь дело с русскими.... Или русский быт и стиль жизни

Die Presse: “Тот, кто хочет иметь дело с русскими, должен набраться терпения и запастись временем”, — пишет автор публикации. “Главное, не делать ошибок: не показывать слабость, не бояться идти на сближение и, главное, не давать взятку — иначе, предостерегает издание, свернуть с этого пути не удастся. Все настоящие дела «делаются у русских в бане». Кроме того, тема алкоголя играет не последнюю роль — русские предпочитают «обмывать» сделки. Ключом к русской душе следует считать и хорошее знание русского языка — на худой конец, пишет издание, следует обзавестись надежным переводчиком”. Газета советует австрийским бизнесменам учитывать коммунистическое прошлое страны, которая является родиной их российских коллег и подчиненных. «Индивидуальность, личная инициатива и ответственность — зачастую являются чуждыми российскому сознанию понятиями. Руководство должно быть строгим и одновременно заботиться о своих сотрудниках. Начальник не должен, считают русские, на

равных спрашивать мнение своей команды — это может быть истолковано как признак слабости. Культурные конфликты у русских не существует — зачем, если все можно обсудить в бане?»²⁵

“Традиционные пути к постижению русской души — Чехов с Достоевским, «Лебединое озеро», сто рецептов приготовления корнеплодов — не так уж эффективны”, — заключила корреспондент *The Los Angeles Times* Мэри Эллен Монахан. «Чтобы, так сказать, докопаться до сути русской жизни, сходите в баню», — советует она. «Посещение бани издавна является еще и важным социальным ритуалом. Без него традиционно не обходились рождения детей, свадьбы и похороны. Это до сих пор и способ расслабиться вместе с друзьями», — пишет автор. Журналистка сообщает, что посетила общее отделение Ямских бань. «Даже днем в понедельник здесь полно народу. Чувствуешь себя во временах Хрущева: «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!»: мойся, бей себя веником, отдохни... и снова на трактор или к конвейеру», — пишет она. По наблюдениям автора, в бане «преобладают тучные немолодые женщины, но в принципе приветливо встречают людей всех возрастов и сословий, с самым разным телосложением. Никого не смущают лишние 10 фунтов, нагулянные из-за любви к блинам. Эта атмосфера раскрепощает. Может быть, благодаря этому русские терпеливее переносят тяготы жизни, чем все мы?» — рассуждает автор.²⁶

“Золотые цепи на шее, пьянки и шум” — репутация туристов из России далеко не самая лучшая. *Die Welt* пишет: “Российские туристы предпочитают обильно есть во время отпуска”. Причины газета видит не только в системе “все включено”, по которой работают отели той же Турции, но и в “голодных советских временах”. Кроме того издание указывает, на то, что “еда для русских имеет в принципе высокую ценность и, как правило, богатый стол указывает в русской традиции на жизнь в достатке. Меры русские не знают и в употреблении алкоголя”.²⁷

Чтобы посмотреть, как живет российская провинция, корреспондент *The Guardian* Том Парфитт отправился в деревню Рыбаки Московской области, судьба которой, по его мнению, «эхом отзывается по всей России». “Население Рыбаков, что расположены всего в часе езды от московских небоскребов и шоу-румов Bentley, за 20 лет сократилось вчетверо. В самой деревне почти никакой работы нет, и единственное, что здесь процветает, это чернеющее свежими могилами кладбище... Убогие бревенчатые дома стоят вдоль грязных и слякотных улиц. На окраине поселка есть несколько опрятных кирпичных домов, но это дачи богатых москвичей, которые бывают здесь всего несколько недель в году, летом. Демографический кризис в России отличает ее от большинства стран Европы, где цифры в последние двадцать лет более-менее стабильны... Хотя уровень рождаемости низок во многих странах, здесь проблема усугубляется высокими показателями преждевременной смертности. Свою лепту вносят курение, сердечные заболевания и несчастные случаи. Но в числе главных убийц — давняя русская напасть: водка”.²⁸

Die Welt: “Суеверия, — рассказывает автор публикации Бенедикт фон Имхофф, — имеют в России глубокие и древние корни. Свидетельством тому многочисленные газетные объявления колдунов и вера многих московских водителей в защиту иконки на торпеде, а вовсе не ремня безопасности”. В этой связи журналист также вспоминает об обычае гадать на Святки и рассказывает о некой Татьяне, которая поведала ему об этой традиции: “Татьяне 21 год, и она хочет замуж”, — для немецких читателей автор поясняет, что ранние браки в России распространены гораздо больше, чем на Западе. Частично это объясняется демографической ситуацией.

“Таня, — продолжает он, — узнала почти все, что хотела. Ее будущий жених — обычный человек по имени Сергей. Только лица его, как она ни вглядывалась в зеркало, девушка не так и не увидела. Однако Татьяну это почти не печалит. Россиянки как выходят замуж молодыми, так сплошь и рядом оказываются молодыми разведенками», — завершает свой экскурс немецкий журналист.²⁹

“В недалеком будущем десятки красивых и знаменитых будут летать к снежным вершинам Алтая, чтобы провести ночь за игрой в кости, поужинать в ресторане легендарного повара и устроить мальчишник в компании стриптизерш”, — повествует *Business Week*. «Воплотить эти мечты мешает лишь одна помеха — проблемы с электричеством. Да, и еще с дорогами, канализацией, водопроводом и связью. Но все придет: бригада из четырех человек сейчас строит линию электропередачи, которая будет питать это гнездо пороков», — пишет журналист Питер Саводник. «Скоро приедут мафия, деньги и проститутки! Барнаульские гостиницы полны мужчин в кожаных куртках и девушек, которые курят сигареты Vogue и ждут, пока им позвонят. Здесь популярны профессии контрабандиста редких птиц, таксиста и проститутки», — пишет автор.³⁰

Интервью с писателем Николаем Лилиным, автором романа «Сибирское воспитание», опубликовала *Le Monde*. «Следует понимать, что Россия — жестокая страна. Уровень насилия варьируется в зависимости от местности, но оно есть повсюду. Я не считаю мою среду такой уж жестокой. Сегодня я понимаю, что некоторые ситуации были экстремальными. Но, когда я был молод, все это мне казалось нормальным. Конечно, были смерти, нападения, но мы не считали это трагедией, это было частью обыденной жизни», — рассказал он корреспонденту Жозианне Савиньо. «Я не думаю, что главной проблемой России был коммунизм. Проблема России — менталитет людей. Россия всегда была страной с проблемами, которой трудно было управлять. Каким бы ни было правительство. Коррупция тоже была всегда. Русские очень эгоистичны. Даже сегодня в этой стране есть рабы. У русских проблемы со свободой в голове. Посткоммунистическое общество порождает богачей, которых вы видите здесь, во Франции, но это минимальный процент. Некоторые являются преступниками. Бизнесмены, олигархи — вот настоящая проблема этого нового общества», — сказал писатель в заключение.³¹

The Times: «Россия — древняя страна, которая для мира является новостью. Со времен СССР Россия никогда так широко не открывала объятия миру. В ее города еще никогда не приезжали такие толпы иностранцев, тем более с раскрашенными лицами, флагами и необычайной страстью к пиву. Но как может российский заявочный комитет предугадать отношение, например, волгоградцев, к наплыву иностранных гостей на улицы и в бары? — вопрошает издание. «И так ли уж россияне помешаны на футболе, как уверяет нас заявочный комитет? В том случае, если английские фанаты захотят сами погонять мяч, найти ближайшее футбольное поле им будет сложно: во-первых, местные не владеют английским, во-вторых, полей немного. В России плохо развита культура занятий спортом. Так или иначе, будет очень интересно, ведь Россия впервые выпустит без виз сотни тысяч иностранцев», — пишет издание.³²

Стереотип 5. Алкоголизм и демография

«Если верить официальной статистике, пристрастие русских к выпивке — не просто клише», — пишет Tribune de Genève. «Алкоголизм — виновник сокращения населения самой большой страны в мире. И ничто пока не свидетельствует об изменении тенденции», — отмечает корреспондент Янник Ван Дер Шерен. «В России самая низкая средняя продолжительность жизни мужчин в индустриально развитых странах, что ставит ее в один ряд с такими беднейшими государствами, как Бангладеш».³³

Die Welt: «Сейчас в России пьют больше, чем в тяжелые 1990-е годы: в 52% случаев причиной смерти россиян в возрасте от 15 до 54 лет является чрезмерное употребление алкоголя. Согласно докладу ООН, алкоголизм приведет к сокращению населения России примерно на 11 млн человек к 2025 году. Такие показатели смертности сопоставимы с показателями Центральной Африки».³⁴

The Times: «С 1992 года население России сократилось на 7 млн человек и, согласно прогнозам, к середине века уменьшится еще на 30%», — пишет газета, поясняя, что это чревато катастрофическим дефицитом рабочей силы. «Главными причинами демографического кризиса считаются алкоголизм и большое количество ДТП. Согласно недавнему исследованию ВОЗ, 15-летний российский юноша имеет лишь 50-процентную вероятность дожить до 60 лет», — говорится в статье.³⁵

«Россия становится старой, хрупкой и бедной с точки зрения демографии», — пишет Анаис Дижнори в статье, напечатанной в газете La Repubblica.³⁶

«Численность женщин превосходит в России число мужчин более чем на 10 млн», — пишет The Times, отмечая, что «население страны продолжает сокращаться, несмотря на попытки правительства спровоцировать всплеск рождаемости. По данным Росстата, общая численность населения России сократилась на 2,26 млн человек с последней переписи 2002 года, с 145,17 млн до 142,91 млн человек. Женщины составляют 53,7% населения. Население России стабильно сокращалось после краха Советского Союза в 1991 году, и средняя продолжитель-

ность жизни мужчины снизилась примерно до 60 лет, по сравнению с 72 годами у женщин. Социальные и экономические потрясения вылились в алкоголизм, депрессии и другие заболевания. Нехватка достойных мужчин привела к жесткой конкуренции среди российских женщин, ищущих подходящего партнера. Книжные магазины полны руководствами, дающими советы по поиску удачного мужа, женщины отправляются на курсы, которые учат их быть «стервами» в борьбе с конкурентками за обладание идеальным мужчиной».³⁷

Стереотип 6. Информационная закрытость и ущемление прав российских граждан

«Вызванные жарой пожары застали власти врасплох и выявили неорганизованность федеральных и региональных органов, а также опасность политики, пренебрегающей вопросами охраны окружающей среды», — пишет L'Express. «Беспрецедентная жара и засуха в центральной России создали катастрофические условия. В ближайшие дни жара может стать главной причиной смертности, хотя уже сейчас число смертей в российской столице в два раза превысило обычные показатели. Из-за стремления властей не нагнетать обстановку отличить достоверную информацию от слухов крайне сложно», — отмечают авторы материала.³⁸

Die Welt: «Грузию, единственный оплот демократии в российской зоне влияния, мы не поддерживаем. А поддерживаем отношения с Путиным, в то время как в России убивают журналистов и процветает коррупция. Ошибка заключается в том, что Европа верит, будто экономический прогресс неминуемо приведет к демократии».³⁹

«Бывший советский лидер Михаил Горбачев выразил сожаление в связи с тем, что не довел переустройку до конца, а также раскритиковал власть за ущемление свобод и инструментализацию правосудия», — пишет Tribune de Genève. «Никуда не деться от извечного русского сомнения в надежности официальной информации. Путин действует уверенно, но «путинская Россия» страдает от недостатков в управлении и халатного отношения к безопасности».⁴⁰

Как мы видим, имидж России в западной прессе определенно более негативный, чем действительность российской жизни. Многие эксперты утверждают, что в ближайшие годы медиа-атака на Россию может даже усилиться, поскольку политическое и экономическое возрождение страны совершенно очевидно противоречит интересам многих зарубежных партнеров России.

Сейчас ситуация в нашей стране во многом отличается от той, что была двадцать лет назад, но стереотипы о русских и России в целом остаются теми же, как и в советские времена. До сих пор многие иностранцы воспринимают Россию как страну, где люди живут если не в лесах, то в бараках, ходят в валенках и ушанках, большей частью пьют, а любой бизнес связан с криминалом, мафией и коррупцией. Но здесь следует отметить и появление новых стереотипов о нашей стране. Так, по мнению многих западных СМИ, Россия — это «страна, в которой царит «путин-

ский режим”, процветает преступность, страна, в которой живут самые красивые, но в то же время легкодоступные женщины.

Именно поэтому необходимость ломки стереотипов о России за рубежом — задача номер один для тех, кто занимается формированием имиджа страны и заботится о ее продвижении в мировом сообществе. Согласитесь, разве водка, матрешки, черная икра и энергетическая неопределенность — это все, что сегодня Россия может предложить миру?

Многие специалисты в области политологии и PR считают, что сломать негативные стереотипы, которые сложились на Западе по отношению к бывшей «империи зла», практически невозможно.

Но мы придерживаемся иной точки зрения и полагаем, что для того, чтобы осуществить борьбу с негативными стереотипами, которые сложились у иностранцев по отношению к нашей стране, необходимы продуманные, долгосрочные PR-кампании, которые должны основываться на реальных позитивных изменениях в стране. Необходимо грамотно акцентировать внимание Запада на этих изменениях и доносить их до целевой аудитории.

В данном исследовании мы предлагаем авторские творческие рекомендации, которые сформулированы в виде сценариев рекламных радио-роликов и, по нашему мнению, направлены на борьбу со стереотипами о России в сознании иностранцев.

Ролик 1

The Real Russia Presents: Типичная русская семья в представлении иностранца:

Мама: “Маша, садись есть борщ”

Дочь: “Налей мне лучше водки”

Сын: “Пап, я иду на свидание”

Отец: “Не забудь взять балалайку”

Сын: “Хорошо. А где бабуля?”

Мама: “Опять продает нефть на базаре”.

Настоящая Россия: лучше увидеть, чем что-то придумывать!

Английский вариант:

The Real Russia Presents: The typical Russian family for a foreigner's mind:

Мама: “Masha, come to eat borsch!”

Дочь: “Vodka would do better.”

Сын: “Dad, I'm going out with my girlfriend.”

Папа: “Don't forget your balalaika.”

Сын: “Ok. Where's grandma?”

Мама: “She is selling the petroleum or raw oil in the market again.”

The Real Russia: Better to see it than to imagine different!

Ролик 2

The Real Russia Presents: Типичная русская семья в представлении иностранца:

Дочь: “Мам, мы будем сегодня есть?”

Мама: “Дорогая, все съели медведи”

Дочь: “Хорошо, тогда я гулять. Где моя шапка — ушанка?”

Отец: “Ее надел дедушка. Кстати, где он?”

Мама: “Стоит в очереди с талонами на талоны”

Отец: “По-моему, в избе очень жарко. Дорогая,

выключи, пожалуйста, атомный реактор”.

Настоящая Россия: лучше увидеть, чем что-то придумывать!

Английский вариант:

The Real Russia Presents: The typical Russian family for a foreigner's mind:

Дочь: “Mum, shall we eat something today?”

Мама: “Oh darling, Bears ate everything.”

Дочь: “Well, then I'll go out. Where is my shapka-ushanka?”

Папа: “Your grandpa took it on. By the way where is he?”

Мама: “He is in a queue right now with coupons for more coupons.”

Папа: “I guess it is very hot in the house. Darling, please, turn off the nuclear reactor...”

The Real Russia: Better to see it than to imagine different!

По нашему мнению, запуск таких роликов на зарубежных радиостанциях станет одним из важных шагов на пути трансформации стереотипов о России в сознании иностранных граждан. Ведь такие приемы, как сарказм и гиперболизация, продемонстрируют абсурдность некоторых стереотипов и подведут иностранных граждан к выводам, что такого в России быть не может.

Поэтому мы считаем, что предложенные рекламные ролики помогут если не сломать, то хотя бы скорректировать восприятие России за рубежом.

г. Воронеж

Примечания:

1. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман - М.: Институт Фонда «Общественное мнение». 2004. - С 95.
2. Там же.
3. Платонов Ю.П. Народы мира в зеркале геополитики / Ю.П. Платонов - М., 2004. - С. 76.
4. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы / Ж.-М. Дрю - СПб., 2002. - С. 109.
5. Байден Д. Дальнейшие шаги в рамках российско-американской перезагрузки / Д. Байден. // The New York Times. — <http://www.inopressa.ru/article/14Mar2011/nytimes/biden.html>.
6. Штайнер Э. Сетевые борцы с российской коррупцией / Э. Штайнер. // Die Presse. — <http://www.inopressa.ru/article/14Jan2011/diepresse/corruption.html>.
7. Белтон К. По словам банкира, в России ухудшается инвестиционный климат / К. Белтон. // The Financial Times. — <http://www.inopressa.ru/article/03Dec2010/ft/aven.html>.
8. Ингланд У. В России коррупция живет собственной жизнью / У. Ингланд. // The Washington Post. — <http://www.inopressa.ru/article/27Oct2010/wp/corruption1.html>.
9. Будрийон И. Россия на 10-м месте в рейтинге стран, наиболее опасных для инвесторов. // Les Echos. — <http://www.inopressa.ru/article/18Jan2011/lesechos/risk.html>.
10. Роулинсон П. Любой иностранный инвестор знает, что в России веками процветает коррупция / П. Роулинсон. // The Gurdian. — <http://www.inopressa.ru/article/14Dec2010/guardian/corruption.html>.
11. Объем коррупции в России равен половине ВВП // Le Monde. — <http://www.inopressa.ru/article/17Aug2010/>

lemonde/corruption1.html.

12. Пронина Л. Мечты об iPad-экономике для России / Л. Пронина. // Business Week. — <http://www.inopressa.ru/article/04Feb2011/businessweek/ipad.html>.

13. Жего М. Продажные полицейские под наблюдением. / М. Жего. // Le Monde. — http://www.inopressa.ru/article/01Apr2011/lemonde/rus_police.html.

14. Иоффе Ю. Что может Сеть: одиночный крестовый поход против российской коррупции. / Ю. Иоффе. // The New Yorker. — <http://www.inopressa.ru/article/29Mar2011/newyorker/navalny.html>.

15. Лукас Э. Страной, чья заявка на ЧМ-2018 победила, правят мошенники, головорезы и сотрудники спецслужб. / Э. Лукас. // Daily Mail. — <http://www.inopressa.ru/article/03Dec2010/dailymail/putin2.html>.

16. Байден Д. Дальнейшие шаги в рамках российско-американской перезагрузки / Д. Байден. // The New York Times. — <http://www.inopressa.ru/article/14Mar2011/nytimes/biden.html>.

17. Кловвер Ч. Россия: законы есть, но на практике применяются не везде и не всегда / Ч. Кловвер. // The Financial Times. — <http://www.inopressa.ru/article/07Oct2010/ft/russia.html>.

18. WikiLeaks о тайных активах Путина, “крышевании” и шпионаже // The Guardian/ — http://www.inopressa.ru/article/02Dec2010/inotheme/wikileaks_02.html.

19. Савиньо Ж. Николай Лилин: «У русских проблемы со свободой». / Ж. Савиньо. // Le Monde. — <http://www.inopressa.ru/article/06Sep2010/lemonde/lilin.html>.

20. Шепп М. Песня для Анны / М. Шепп. // Der Spiegel. — <http://www.inopressa.ru/article/09Sep2010/spiegel/anna.html>.

21. Макэлвой Э. Зайка, я застряла в России / Э. Макэлвой. // The Sunday Times. — <http://www.inopressa.ru/article/28Mar2011/sundaytimes/chapman1.html>.

22. Парфитт Т. Российская глубинка в кризисе: безысходность и водка делают свое дело. / Т. Парфитт. // The Guardian. — <http://www.inopressa.ru/article/25Apr2011/guardian/ribaki.html>.

23. Леки А. Россия: в лакированных сапожках прямиком в бизнес / А. Леки. // Die Presse. — <http://www.inopressa.ru/article/08Apr2011/diepresse/business.html>.

24. Блейкли К. Модель Sports Illustrated Ирина Шейк и шарм русских девушек / К. Блейкли. // Forbes. — <http://www.inopressa.ru/article/18Feb2011/forbes/girls.html>.

25. Леки А. Россия: в лакированных сапожках прямиком в бизнес / А. Леки. // Die Presse. — <http://www.inopressa.ru/article/08Apr2011/diepresse/business.html>.

26. Монахан М. Культурное открытие и возможность хорошенько помыться в Санкт-Петербурге / М. Монахан. // Los Angeles Times. — <http://www.inopressa.ru/article/11Feb2011/latimes/banya.html>.

27. Справедливы ли стереотипы по поводу русских туристов? // Die Welt. — <http://www.inopressa.ru/article/25Feb2011/welt/turizm.html>.

28. Парфитт Т. Российская глубинка в кризисе: безысходность и водка делают свое дело. / Т. Парфитт. // The Guardian. — <http://www.inopressa.ru/article/25Apr2011/guardian/ribaki.html>.

29. Имхофф Б. Зачем русские женщины смотрят в зеркало? / Б. Имхофф. // Die Welt. — <http://www.inopressa.ru/article/28Jan2011/welt/zerkalo.html>.

30. Саводник П. Русский Лас-Вегас... в Сибири. / П. Саводник. // Business Week. — <http://www.inopressa.ru/article/10Mar2011/businessweek/kazino.html>.

31. Савиньо Ж. Николай Лилин: “У русских проблемы со свободой”. / Ж. Савиньо. // Le Monde. — <http://www.inopressa.ru/article/06Sep2010/lemonde/lilin.html>.

32. Слот О. Железный занавес открывается, чтобы показать новую Россию / О. Слот. // The Times. — http://www.inopressa.ru/article/03Dec2010/times/rus_football.html.

33. Дер Шерен Я. Пьянство губит российское население / Я. Дер Шерен. // Tribune de Gen ve. — <http://www.inopressa.ru/article/21Oct2009/tribunedegeneve/alco.html>.

34. Квиринг М. Чрезмерное употребление алкоголя разлагает Россию / М. Квиринг. // Die Welt. — <http://www.inopressa.ru/article/02Jul2009/welt/alco.html>.

35. Хэлпин Т. Напиток сатаны делает свое дело: мужчины вымирают миллионами. / Т. Хэлпн. // The Times. — <http://www.inopressa.ru/article/29Mar2011/times/statistic.html>.

36. Джинори А. Россия обнаружила, что оказалась бездетной. Демография стала “врагом” / А. Джинори. // La Repubblica. — <http://www.inopressa.ru/article/16Jul2009/repubblica/baby.html>.

37. Хэлпин Т. Напиток сатаны делает свое дело: мужчины вымирают миллионами. / Т. Хэлпн. // The Times. — <http://www.inopressa.ru/article/29Mar2011/times/statistic.html>.

38. Шевелкина А., Эпштейн М. Почему Россия горит? / А. Шевелкина, М. Эпштейн. // L'Express. — <http://www.inopressa.ru/article/11Aug2010/lexpress/fires3.html>.

39. Ленарц С. Андре Глюксман: “Мы допускаем ту же ошибку с Россией” / С. Ленарц. // Die Welt. — <http://www.inopressa.ru/article/28Feb2011/welt/gl.html>.

40. Tribune de Gen ve Горбачев сожалеет, что не завершил перестройку // Tribune de Gen ve. — <http://www.inopressa.ru/article/25Jan2011/tribunedegeneve/gorbi.html>.



«StreetRadio»: специфика вещания и перспективы развития

Уличное вещание — не новое явление в России. Впервые оно появилось еще в Советском Союзе, и было особенно развито во время Великой Отечественной войны, когда громкоговорители на улицах были единственным источником информации для населения. С распространением домашних радиоточек уличное радио утратило свою актуальность и прекратило трансляцию. Громкоговорители стали использоваться для экстренного оповещения.

Сейчас уличное радио переживает второе рождение. Первый такой проект в современной России появился в Москве в 1997 году и назывался «Арбат-Радио». Сейчас таких радиостанций около десяти по всей стране.

Челябинск стал третьим городом, в котором появилось уличное радио. «StreetRadio» в этом городе вещает с февраля 2004 года. Вещание осуществляется на пешеходной улице Кирова, в двух парках культуры и отдыха, а также в нескольких крупных торгово-развлекательных центрах. Установка приемников в таких людных местах обеспечивает широкий охват аудитории в течение дня. Время вещания также ориентировано на наибольший поток людей — с 9.30 до 20.00, а в летнее время с 10.00 до 22.00.

Основное содержание эфира — музыка и реклама. Это классический музыкальный тип радиовещания, в котором 90% отводится музыке и 10% информационно-рекламному наполнению. Руководство «StreetRadio» активно сотрудничает с администрацией города, области и различными общественными организациями, поэтому сообщения от этих структур также появляются в эфире.

Музыкальный контент разрабатывается с учетом предпочтений аудитории. Как правило, выбираются только приятные, ненавязчивые мелодии. Музыка должна служить приятным фоном, поэтому руководство «StreetRadio» часто сотрудничает с композиторами, которые создают музыкальные произведения специально для трансляции на улицах, в парках и торгово-развлекательных комплексах.

Также особое внимание уделяется громкости вещания. Она должна быть не заглушающей, но при этом «перекрывать» шум улиц. Сотрудники радиостанции постоянно контролируют уровень звука, увеличивая или уменьшая громкость в зависимости от ситуации. Стандартно в будни громкость вещания ниже, чем в выходные и по вечерам.

Уличное радио выгодно отличается и в плане эффективного распределения труда. Вещание на всех объектах обеспечивается из центрального офиса с помощью главного компьютера и специально разработанной программы. Таким образом, штат сотрудников, работающих на всех объектах, составляет около 10 человек.

Сейчас рассматриваются варианты дальнейшего развития «StreetRadio». Летом был проведен эксперимент с музыкальным наполнением. Вместо музыки по утрам на уличном радио звучали голоса птиц. Судя по откликам слушателей, проект оказался удачным. Также рассматривается вариант введения интерактива. Часто общественные места (улицы, парки) становятся местом проведения свадеб, детских праздников, общественных мероприятий. Уличное радио можно использовать для поздравлений, приветов и другой развлекательной информации. Это, с одной стороны, может стать дополнительным источником дохода для радиостанции, а также это эффективный способ привлечения аудитории. Но нельзя не отметить, что подобные проекты уже были реализованы на «StreetRadio», но в качестве исключения и на некоммерческой основе. Также рассматривается вопрос о расширении информационной составляющей эфира. В нее будут входить городские новости, а также развлекательно-информационные программы. Это позволит превратить уличное вещание из фонового музыкального сопровождения в полноценное городское средство массовой информации.

А. Вербицкая
г. Челябинск

Некоторые проблемы модернизации структуры и функций средств массовой информации Дагестана в 1990-2000 гг.

Средства массовой информации являются необходимой составляющей современного общества, выполняя в нем ряд ключевых функций.

Как известно, в период острого социально-экономического кризиса, поразившего Дагестан в 1990-

годы, тиражи почти всех республиканских печатных изданий резко упали. В этот период ухудшилось и финансирование основной (в начале десятилетия — единственной) государственной теле-радиокompании ГТРК «Дагестан». Но, несмотря на кризис, социальная зна-

чимось СМИ в этот период не только не снизилась, но даже возросла, что со временем обеспечило прогрессирующий рост количественных показателей. К концу десятилетия 1990-х республика относилась к числу регионов РФ с наиболее развитой структурой СМИ. На 1 января 2001 года в республике функционировали более 200 печатных и электронных СМИ. На 14 языках издавались 147 газет и 31 журнал. Еженедельный тираж печатных СМИ составлял почти 150 тысяч экземпляров. Появилось более 30 независимых СМИ — коммерческих, религиозных, общественно-политических...¹

Вместе с тем, на наш взгляд, происшедшие в изучаемый период реформы в области СМИ характеризуются не столько количественными, сколько качественными показателями. За период реформ коренной модернизации подверглась вся структура средств массовой коммуникации, их социальная роль и место в обществе. Мы выделили те перемены в отрасли, которые считаем наиболее важными.

Перемены в соотношении влияния электронных и печатных СМИ

В 1990-е годы в Дагестане скачкообразно, резко упал тираж печатных средств массовой информации. В расчете на 1000 человек населения в неделю в 2000 году издавалось 160 газет, в то время как в 1985 году было 750. Еженедельный тираж газет в республике за это время снизился с 1,5 млн. до 320 тыс. экз.² Только тираж основной республиканской газеты «Дагестанская правда» уменьшился со 135 тысяч до 11,5 тысяч экземпляров. В 1990-е годы казалось, что основной причиной этого было резкое падение жизненного уровня и периодически возникавшие перебои с доставкой почты. Однако после преодоления экономического кризиса существенной коррекции тиражей основных газет и журналов не произошло. Очевидно, в 1990-е годы печатные СМИ окончательно утратили значительную долю рынка информационных услуг, и доля эта, видимо (специальных исследований по данной теме не проводилось), была обретаема телевидением.

Хотя резкое изменение соотношения влияния телевидения и печатных СМИ было обусловлено объективными экономическими сложностями, однако процесс этот также стимулировался и мировыми тенденциями в отрасли. Газеты и журналы — это способ подачи информации «вчерашнего дня», они менее оперативны, менее зрелищны и наглядны, не столь глубоко и комплексно воздействуют на сознание и психику человека. Рыночные условия лишь подтвердили это, так что прежние тиражи оказались недостижимы из-за отсутствия достаточного числа желающих получать информацию «старым» способом. Очень важно и то, что сильно изменились запросы среднего человека — потребителя информации. Он теперь хочет меньше тратить на нее времени, меньше прикладывать для этого умственных усилий, получать более зрелищную, наглядную и красивую картинку, отдыхать, а «не напрягаться», получая эту картинку. В обеспечении этих потребностей телевидение является лидером и конкурировать с ним по качеству подачи информации газеты и журналы не могут.

Но именно поэтому, на наш взгляд, государство должно сохранять за собой функции регулятора в области СМИ, сдерживать перекосы, образующиеся в стихийном развитии субъектов информационного поля. Печатные издания должны и могут занимать определенные ниши на рынке. Они имеют возможность использовать ряд слабостей своего основного системного конкурента (телевидения) для сохранения и развития. Например, телевидение выдает информацию плотным потоком и любая информация в этом потоке теряется, абсолютно «не задевая» мозг. Исключение составляет лишь реклама, которая за счет агрессивной подачи и частого повторения «вбивает» в голову потребителя нужную информацию. В основном телевидение может служить для развлечения, а ставить его посредством глубокие, серьезные проблемы невозможно. В этом смысле телевидение не может выполнить те социальные функции, которые лучше реализуются посредством газет.

Тенденции в развитии печатных СМИ

Все сказанное, однако, не означает, что рынок печатных СМИ Дагестана был окончательно утрачен. Количество печатных изданий даже возросло в сравнении с дореформенным периодом.

Однако существуют, как минимум две тенденции развития современного газетно-журнального дела в республике. Многие издания стали стремиться к увеличению наглядности (за счет увеличения числа и размера фотографий, комиксов, постеров, коллажей, многоцветной или двухцветной печати и т.д.), при одновременном уменьшении объема собственных (не из Интернета) статей. Другие фактически обслуживали телевидение, часто пользуясь популярностью лишь благодаря наличию программы. Они пытались исправить ограниченность собственной «наглядности», более низкие, чем у телевидения возможности воздействовать на органы чувств и психику человека. Несмотря на временные рыночные выгоды, этот путь в перспективе для газет и журналов тупиковый, так как в зрелищности они всегда будут уступать телевидению.

Некоторые издания (государственные журналы, «Дагправда», национальные и районные газеты), живущие за счет дотаций, в большей степени сохранили возможность к предоставлению большей по размеру, более комплексной печатной информации. Им пока нет нужды спешить за рынком, за стремлением среднего читателя получить большой поток зрелищной информации за короткий промежуток времени, и потому эти издания позволяют себе «роскошь» публиковать информативные авторские статьи. Таких изданий в республике немало. К концу 2000 года государство дотировало выпуск более 70 печатных периодических изданий. Кроме того, учредителями еще 46 районных и городских газет выступали органы местного самоуправления, то есть — то же государство. Разовый тираж республиканских и муниципальных изданий составлял свыше 151,5 тыс. экз.³

Тенденции эти наметились в 1990-е годы, но и сегодня размежевание двух этих тенденций так и не завершено. Государство постепенно уходит из сфе-

ры СМИ, но все же остается на медиа-рынке самым сильным игроком. До сих пор совершенно непонятно, какая тенденция в конце концов возьмет верх. Владельцы новых «независимых» СМИ требуют прекратить финансировать государственные газеты и их голос — все громче. Приведем выдержки из статьи Надиры Исаевой, ныне — главного редактора газеты «Черновик»: «сложившаяся в Дагестане практика финансирования деятельности СМИ не оставляет места рыночной конкуренции и социальным запросам потребителя, то есть читателя... Газетный бизнес превратился в форму выкачивания денег из бюджета, а потому и газет становится много. Каждый район стремится обзавестись своей собственной...»⁴

Вполне возможно, что эта тачка зрения в конце концов победит и государство вообще прекратит финансирование СМИ. «Беззубость» государственных и муниципальных СМИ, утрата интереса читателей, коррупция, профессиональная слабость коллектива привели к тому, что тираж некоторых из них упал ниже 100 экземпляров. Поэтому вполне возможно, что государство потеряет интерес к дотированию такого большого количества не пользующихся популярностью газет. Это может иметь катастрофические последствия для национальной культуры народов Дагестана.

Некоторые особенности коммуникативных актов в Интернете

С появлением Интернета, аудитория получает возможность освободиться от зависимости профессиональных производителей информации. Может обмениваться информацией со многими людьми и одновременно, и напрямую. К традиционно журналистским специальностям прибавилась еще одна: сетевая журналистика или «онлайн — сетика», т.е. журналистика в Интернете. Среди ее отличительных особенностей — оперативность, постоянный контакт с читателями, возможность непосредственного диалога с ними в режиме реального времени. Эффективность деятельности журналиста, в этом случае, может быть измерена в день публикации, по высоким рейтингам посещаемости Интернет-сайтов — это самый точный метр настроений веб-аудитории.

Интернет представляет собой проводник информации, медиа — носитель. С точки зрения отношений «автор-читатель», говоря о журналистике, принципиального отличия между Интернетом, газетой и телевидением не существует. Функции журналиста не меняются: для новостного издания это по-прежнему быстрая и полная передача информации об актуальных событиях, для публицистического — знание предмета и высокий уровень владения языком. «Важная особенность Интернета состоит в отсутствии необходимости принадлежать к определенным редакциям, не существует и определяемый правилами путь информации к потребителю, тогда как при общении

Выводы.

1990-е годы стали периодом многогранных преобразований общества и государства. Постепенно менялись также средства массовой информации, их структура, социальная роль и функции.

Структура средств массовой информации изменилась особенно заметно — усилилась роль телевидения и, напротив, ослабело влияние печатных СМИ, многократно упали их тиражи. Появились независимые от государства СМИ, их влияние постепенно растет, в то время как роль государственных СМИ, их влияние на общество снижается даже несмотря на государственную поддержку.

С. Ибрапилов
г. Махачкала

Примечания:

1. Дагестан-2000. Социально-экономическое положение Республики Дагестан. Доклад. Часть I. Махачкала, типография ГКС РД. — С. 340.
2. Дагестан-2000. Социально-экономическое положение Республики Дагестан. Доклад. Часть I. Махачкала, типография ГКС РД. — С. 342.
3. Дагестан-2000. Социально-экономическое положение Республики Дагестан. Доклад. Часть I. Махачкала, типография ГКС РД. — С. 342.
4. Н. Исаева. СМИкономика. //Черновик, №18, 2005.

с ежедневной печатной газетой читатель знает точно, где он найдет ту или иную статью»¹.

«Основываясь на определении, утвержденном немецким союзом журналистов (ОЗУ) — «журналист — тот, кто по своей основной профессии занят распространением информации, мнений и суждений посредством СМИ», — это позволяет выработать рабочее определение понятия Интернет- журналистики: к Интернет-журналистике относятся те, кто по основной профессии занят распространением информации, мнений и суждений посредством Интернета»². В свою очередь, Интернет-журналистика не стала логическим продолжением журналистики традиционной и не восприняла её профессиональные установки. Отчасти это произошло по причине того, что и сама российская журналистика очень молода и за годы своего существования не успела выработать нерушимые каноны подачи информации, отчасти — из-за того, что Интернет в России лишь недавно перестал быть некоммерческим развлечением для группы энтузиастов и превратился в среду, пригодную для обитания СМИ.

Появляющиеся с развитием Интернета новые явления все более сложной коммуникативной природы, имеющие разновидность внутри каждой формы (блоги, социальные сети), могут быть отнесены и к средствам общения, и к каналам информации. В среде Интернет важнейшим взаимодействием является взаимодействие между сайтом издания и социаль-

ными сетями. Специальные кнопки, размещенные на сайте издания, способствуют распространению контента по всему киберпространству. Такие действия, как «поделиться», «рекомендовать» — отражаются в профайле пользователя социальной сети, и информация об источнике и содержании статьи становится доступна всем, кто контактирует с данным пользователем в сети. Так же пользователь может поделиться понравившейся ему статьей в микроблоге «Твиттер». Для подобных действий пользователю необходимо

нажать одну кнопку, что упрощает процесс передачи информации и привлечения новых читателей.

В. Куценко
г. Москва

Примечания:

1. <http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/online/webjournal.shtml#defin>.
2. <http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/online/webjournal.shtml#defin>.



Сергей Доренко как зеркало русской дегралюции

Если бы у меня не было опыта работы на Русской службе новостей, то доренковским «Русским сказкам» я бы посвятил короткий хлёсткий фельетон. Но обстоятельства личного знакомства и всего пережитого на РСН потребовали другого жанра и совсем других объёмов.

Антикиллер

«Русская сказка» стала былью — «не бойтесь сказок, жизнь страшнее!» — после 11 лет злосудных легенд «телеубивец» вышел на свободу. С треском ввалился в ящик. Совсем не страшным, да, агрессивным, нападающим, но несколько несурзным и даже смешным. Почему не на Первый канал, чего можно было ожидать после его явления в Проперхиле? И даже не на НТВ, где он не раз «зажигал» в «ЧП», а в «Кепках» добивал «старика Батурина»? Несправедливо, не сообразно масштабу героя попасть куда-то «на край стола», на канал РЕН, да ещё в самое неудобное для активной аудитории время — 18 часов пятницы.

Лучший и талантливейший информационщик нашего времени, парадоксальный аналитик. Он «делает новости» так, как никто, уделывает их и всех, кто попал под его горячую руку так, что жить не хочется. Сбитый лётчик, вернувшийся в небо. Истребитель. Если не ключевой, то самый яркий игрок на телеполе 90-х, редкостно соответствовавший времени большого хапка и тотальной измены — эпохе дегралюции (деградационной революции), не путеводная, но всё же очень яркая звезда радиозфира последних лет.. Исследовать феномен её горения мне, с одной стороны, трудно. СД не прост, по самоопределению он: пастушок, альфа-самец, расстрига, даос, главный бабун и член КПРФ — как всё это объять?.. С другой стороны — кому как не мне.

За два с половиной года работы на РСН под чудным руководством Сергея Леонидовича я всего пару раз с ним встречался. Случайно. Говорил по телефону (раза три), обменивался имейлами и эсэмэсками (тоже редко). Не докучал. Зато внимательно слушал его на радио, теперь вот смотрю по телевизору и пересматриваю в ю-тубе. Экран высветил то, что могло казаться, что только слышалось в радиозфире...

Ах, каким молодцом он смотрелся на БАБском ОРТ, как изысканно вгрызался в сановные задницы!.. Подобно библейскому Азраилу и Александру Невзорову, вселял мистический ужас властям предержащим, веселя народ их обглоданными кровавыми мослами. Только на Путине сломался, был обозван ротвейлером Березовского, подвергся процедуре не рукопожатия, пошёл практически под суд, но... выжил, выдюжил и теперь восстал. Взмыл. Человек-песня. Да, как он поёт! Не умеет, но поёт. Если не умеешь петь, не

пей. Противоречивый. Жадный. До всего... Мистик, философ, писатель. В его бурном романе «2008» во вступлении есть громкие слова: «Памяти Владимира Путина. Того, о котором я вспоминаю с сожалением. С пониманием. С горечью. С гордостью. С иронией. А как ещё вспоминать о своей наивности». Хотелось чем-то подобным, заменив Путина на Доренко, предварить и моё повествование, но я застенялся чрезмерности пафоса.

Постараюсь умерить пыл и быть объективным. Тем более что в своих «наивностях» по поводу СД виноват тоже я сам. Размечтался о том, чего быть не могло... Впрочем, как говаривал граф Пален в беседе с Павлом Первым незадолго перед его убиением: «В России, ваше величество, всё возможно».

Отстрел единомышленников

Придя как-то на Русскую службу новостей в качестве гостя (было это вскоре после назначения СД главным редактором в сентябре 2008-го), я задержался на РСН до весны нынешнего года, то есть имел счастье общения со слушателями дольше всех приглашённых ведущих «первого призыва». Поначалу вёл только телеобозрение, которое вскоре обогатилось заставкой и получило название «Неделя в ящике». Потом Сергей Леонидович предложил мне, «человеку цельному и нравственному» (он несказанно щедр на превосходные эпитеты, иногда они настолько пышные, что в искренность их трудно поверить, — потому я привёл самые лапидарные), вести ещё одну программу, которая прожила целый год («Императив»)... Я возмнил тогда, что на РСН создаётся альтернатива «Эху Москвы». Радиостанция того же формата, но другого, как говаривали во времена «толстых» журналов, направления. Странно ведь, мощная волна, отражающая точку зрения компрадорского меньшинства, — есть, а отражающей интересы большинства, просвещённо консервативной, открыто пророссийской — в свободном эфире нет. Первый год при Доренко РСН, как мне казалось, развивалась именно в этом направлении. Он разоблачительно-патриотически «зажигал» по утрам в «Подъёме», а по вечерам и в выходные «дожигали» люди, которых на ЭМ в качестве постоянных ведущих представить невозможно. Алексей Венедиктов, ревниво отнёсшийся к уходу группы сотрудников на РСН, назвал появившегося конкурента клоном «Эха Москвы», но это, по крайней мере в идеологическом смысле, было не так.

Однако после стремительного роста популярности РСН (к сожалению, станцию вскоре ограничили вещанием только на Москву) стали происходить странные вещи. Была уволена заместительница Доренко Маша Майерс. Очень симпатичный человек,

сдёрнутый с весьма хорошего положения на «Эхе», сжёгший там все мосты, вдруг получил на РСН от ворот поворот. Эта драматическая коллизия главредом не была никак разъяснена радиослушателям, прозвучало только что-то обидно невнятное.

Вскоре был отставлен и замечательно показавший себя в эфире «Экономики по-русски» Никита Кричевский, сумевший сделать из экономического обозрения увлекательное интеллектуальное шоу — он говорил о сложных проблемах так, как никто и нигде до него, весело и компетентно вскрывая язвы деградации. СД тогда ещё вёл передачу «Час главного редактора», но уход талантливого радиоведущего, которого полюбили слушатели, по существу, не был никак объяснён, прозвучали опять лишь невразумительные едкие дефиниции.

Потом «закрыли» мой «Императив», что СД объяснил его недостаточным рейтингом (?), зачем-то подкрепив доводом, который прояснил настоящую подоплёку: Кондрашов приглашает в эфир «себе подобных». А кто мешал продюсерам РСН и самому СД приглашать в «Императив» «подобных ему»?

Я, как теперь понимаю, выступал и в качестве продюсера программы, то есть сам находил телефоны гостей, договаривался с ними, встречал-проводил и т.д. С удовольствием назову нескольких «подобных мне»: они очень разные по взглядам, некоторые, кстати, отказывались идти на станцию, которой руководит «нерукопожатный телекиллер» (не простили ему, как он разделявал Примакова на ОРТ), но я их убеждал, что СД преобразился, к тому же из каких бы соображений человек ни делает добро, главное — что делает, и в конце концов беседовать в прямом эфире и притом совершенно свободно они будут со мной и со слушателями РСН, а не с ним. Вот некоторые из бесподобных моих гостей: Людмила Сараскина, Валентин Непомнящий, Игорь Волгин, историки Юрий Жуков и Борис Соколов, бард Тимур Шаов, актёры Александр Михайлов, Дмитрий Назаров, публицисты Юрий Болдырев, Валерий Соловей, Виталий Третьяков, замечательный Валентин Михайлович Фалин (с ним было четыре интереснейших часа в записи и ещё час в прямом эфире), телевизионщики Анатолий Лысенко, Сергей Шумаков, Владимир Мукусев, Аркадий Мамонтов, Олег Попцов, Алексей Пушкин, Александр Любимов, Феликс Разумовский, Максим Шевченко, Александр Гордон, Илья Колосов, писатели Лариса Васильева, Святослав Рыбас, Михаил Задорнов, генералы Ивашов и Гареев...

После закрытия «Императива» я думал уйти со станции, но Доренко в телефонном разговоре убедил меня этого не делать — видимо, «Неделя в ящике» тогда ему ещё была нужна.

Кстати, большое спасибо Сергею Леонидовичу: никаких указивок с его стороны никогда не было! Я был совершенно свободен, ограничен только своими, может быть, для СД косными представлениями о добре и зле, о том, что можно, а чего нельзя. Правда, он уклонялся и от профессиональных советов, в которых я тогда как начинающий радиоведущий, безусловно, нуждался. Почему уклонялся? Его хохотливый по те-

лефону ответ удивил: «Не буду ничего говорить, а то вы подумаете, что я вам завидую...»

Потом отставлен был Игорь Виттель, к которому претензий по рейтингу быть точно не могло — по утрам в выходные его слушало народа подчас больше, чем по будням в «Подъёме» самого Доренко (об этом свидетельствовали распечатки рейтингов, висевшие на двери кабинета главреда РСН). Почему он так упорно выковыривал брильянты из своей короны? Зачем?

Во время этой перманентной дегралюции «убили» почти всех, да ещё как-то очень современно, без разговоров: Иван Охлобыстин приехал на эфир, а его место уже занято — батюшке-актёру не сообщили, что его программа закрыта. Леониду Володарскому СД доверил по четыре часа эфира в субботу и воскресенье (весьма спорное решение, так как под это дело закрыли много хороших программ), потом, когда у Леонида Вениаминовича появилась преданная, неуклонно расширявшаяся аудитория, и его убрали. «Час главного редактора» умер — зачем отвечать на дурацкие вопросы, и так понятно, что главный здесь не слушатель, а редактор, который решает какие-то свои задачи, плюя даже на «святое» — рейтинг. Хозяин-барин, главный бабуин, имеет право иметь всех. И слушателей, которые прикипели к РСН, — паситесь, мирные народы, вас нужно резать или стричь, в общем, публика — дура.

Опять предательски вспомним «Эхо». Венедиктов крайне бережно относится к кадрам и уважительно — к слушателям, особенно старшего поколения, особенно к тем, кто тех же взглядов, что и он (для остальных — аптека за углом). Я не припомню, чтобы кто-то из успешных ведущих после Александра Лаэртского покинул станцию, да ещё со скандалом. АВ регулярно общается со слушателями по поводу редакционной политики станции, советуется со своей аудиторией. Так что и в этом смысле РСН — не клон «Эха». Но с чем связана такая вредная (и для рейтинга) кадровая политика Серёжи-пастушка?

Он не выносит тех, кто подобен себе, а не ему.

С кого спрос?

Ну и наконец свершилось то, благодаря чему я... Могу свободно писать этот благодарственный памфлет и возвысить свой низкий голос до некоторых непредвиденных обобщений.

За полгода до ухода мне предложили вести программу «С кого спрос» и... быстро довели её до ручки. В прямом и переносном смысле. В программу приглашались молодые люди для жёсткой схватки поколений (с одной стороны я — как бы один из старперов поколения «Битлз», профукавших СССР, с противной — они, современные корыстные дегранты, которым плевать и на Россию, и на «Битлз», и на Булгакова с Достоевским). Многие слушатели, не забывшие «Императив», обвиняли меня в странном подборе гостей, но на этот раз я к нему не имел никакого отношения. Приходившие юные функционеры из разных молодёжных объединений были похожи друг на друга тем, что у них не горели глаза, — обыкновенные провинциальные карьеристы.

Комсомольцы 70-х тоже были всякими, но, когда надо, «горели». А очень многие из них и в самом деле были идейными. Не забуду одного дальнего родственника, секретаря райкома комсомола из Баку. Сорок лет назад он, молодой коммунист, с горечью предсказывал мне крушение КПСС и СССР, потому что партийное руководство скрувилось и не соответствовало ни социалистическим идеалам, ни тем угрозам для страны, которые он уже тогда видел. А тут ни идеалов, ни идеологии, патриотизм какой-то казённый, заученные разговоры про модернизацию... Спрашиваю о сотнях тысяч тех, кто уезжает за рубеж, они уныло твердят: ничего страшного — просто там выше качество жизни, вот у нас повысим — и не будут уезжать. Но в Лондоне всегда будет комфортнее, теплее и чище, чем в России, есть ли какие-то нематериальные стимулы для модернизации, что такое патриотизм сегодня? Опять какое-то невнятное бормотание. И удручающе низкий культурный уровень. В конце программы я задавал слушателям вопрос для голосования: «Готовы ли вы доверить будущее России таким молодым людям, как наш сегодняшний гость?» За — 2,3, максимум 7%. И вал эсэмэсок: «Зачем вы пригласили в эфир этих убогих карьеристов?» Из запомнившихся интересных гостей назову писателя Дмитрия Глуховского, с которым можно было спорить, он грамотно отстаивал свои либеральные ценности, честно признавался, что, если на Россию нападут, в военкомат не побежит, а возьмётся за оружие только в том случае, если будет угроза его семье. Поразил русский мусульманин Василий Деревянкин. Какая же у нас духовная разруха, если православные юноши всё чаще переходят в ислам?.. Когда я спросил его про христианских мучеников в Чечне, он сказал, что отрезание головы — самый безболезненный способ умерщвления. Единственный из гостей, которому при прощании я не подал руки.

Но была одна замечательная гостья, кандидат наук из МГУ, специалист по языковому манипулированию, редактор православного портала Анна Данилова. Она была так интересна и убедительна, что некоторые молодые журналисты РСН, слушавшие эфир в редакции, попросились на её семинары — говорили, что это лучший гость программы, что её нужно звать на РСН в качестве ведущей. Но этот эфир, как мне, пряча глаза, сообщил вскоре дежурный продюсер, категорически не понравился Сергею Леонидовичу: я недостаточно жёстко дискутировал с гостьей. А зачем симулировать конфликт, когда и так интересно, тем более что на все неудобные вопросы она отлично отвечала?

Я не понимаю: зачем СД регулярно глумится над христианством? Как раз сейчас, когда я пишу эти взволнованные строки (18 июля, 10 часов 20 минут), Сергей Леонидович поёт на РСН «Отче наш» на мотив «Интернационала», потом вместе с Настей Оношко — «Варшавянки». Прекрасно понимая, что большая часть слушателей РСН в это время переходит на другую волну. Не может иначе, колбасит Серёжу-пастушка. Похожая музыкальная сцена была в «Бесах» Достоевского, неужели наш смиренный созерцатель-даос — воплощение беспредельщика Пети

Верховенского? Ужасно то, что он воспитывает в том же духе юные дарования РСН.

Вскоре я понял, что программу «С кого спрос» «сливают». Ко мне в эфир стали приводить Надю Ручку из «Блестящих», «Мобильных блондинок», с которыми не дискутировать надо, а ремнём их, ремнём, чтобы не дурью маялись, а детей рожали в законном браке.

Не программу, а конкретно меня «сливали». Вскоре СД закрыл и «Неделю в ящике». Забавная деталь: он договорился со мной (по электронной почте), что будет ещё один, последний, эфир — я готовился к нему, напоследок упёршись в ящик, а за день до эфира мне позвонила одна слушательница, сообщив, что меня уже нет на сайте РСН. Спасибо ей, а то припёрся бы и получил последний привет от СД, как Охлобыстин...

Вместо эпитафии

Программа, на которую «запала» не только, так сказать, целевая аудитория, но и либеральная общественность (не раз мои оппоненты по телеэфирам говорили: мы вас всегда слушаем, не согласны, но слушаем), то есть по Москве «Неделя в ящике» стала реальным конкурентом «Человеку из телевизора» «Эха». Ещё одна деталь: сразу после закрытия «Недели...» резко изменился тон уважаемых Ксении Лариной и Ирины Петровской в отношении ранее жёстко критикуемого ими Доренко. Появились нотки приязни и даже нежности. «Русские сказки» они громить не стали, упомянули о недавнем личном общении с Серёжей и, в общем, поддержали, мягко указав на некоторые недостатки...

Однако — совершенно серьёзно — огромное спасибо Сергею Леонидовичу за сотрудничество, не только за моё «открытие» (я приобрёл изумительный опыт), но и за «закрытие». Всё же я не прирождённый самоубийца, не век же травить себя ежедневным многочасовым погружением в ящик.

А в будущее РСН я верю. Если не препятствовать естественному ходу вещей, станция со своими энергичными юными ведущими, на которых теперь ставит Доренко (только не надо их портить, подминая под себя), должна расти. Есть объективная необходимость интерактивной альтернативы обрыдлой либеральной пропаганде.

Сказка — ложь

Я ждал прорыва в «Сказках», нового слова на ТВ — засиделся человек без настоящего дела и обязан был мощно выстрелить. Причин разочарования три: технологическая, идеологическая и эстетическая.

Первое: нельзя так плоско и дёшево переносить радиоформат на телеэкран. То, что было удобоваримо или даже искромётно, остро, сочно в радиоэфире, смотрится на экране чудно и претенциозно. В «Русских сказках» — претензия на прорывное информационное шоу, да ещё происходящее в прямом эфире. Если бы на самом деле в прямом, то многое можно было бы простить, но эфир «кривой», зачем же тогда надевать на ведущего радиальный микрофон, зачем симулировать «живьё»? Студийная площадка бедна, нефункциональна и безвкусна, как будто передача финансируется по остаточному принципу.

Но есть и принципиальная завышка, она — в ведущем. Главное в передаче — не новость, не тема, не гости, не приглашённые эксперты, а... он, его их интерпретирование. А выглядит СД странно (и на стилисте сэкономили?), крайне неряшливо одет, небрит и беспрерывно кричит... Пожилой, потрепанный дядька косит под молодого, рвущегося в бой жеребца.

Это на радио не может быть пауз, а на ТВ эмоциональное, настырное быстроговорение раздражает. Ведущий злится (лексика ещё та: скоты, мразь, подонки, твари...), потому что никто не соответствует скорости полёта его мысли. Гости его нервнируют: они говорят всё не то и не так, их приходится постоянно прерывать, подгонять и в прямом смысле, и под правильный ответ, так же как и экспертов, и затурканную, хотя и очень милую соведущую.

Попутно о важной профессиональной недостатке. Сергей Леонидович не приспособлен к диалогу. Ни в эфире, ни, что хуже, в жизни. При этом всегда требует от коллег конфликтного эфира. А сам? На радио СД беседовал как-то с Павлом Лунгиным в связи с выходом «Царя», да так льстиво, что оторопь брала, не был задан ни один хоть в малой степени конфликтный вопрос. И так всегда в тех редких случаях, когда большое интервью берёт СД. Лесть, спесь...

Никто ему не нужен. Не исключаю, что постепенно «Сказки» преобразуются в аскетичный, торжественный формат программы «Время», где когда-то Доренко блистал в одиночку. Причёсанный, отлично одетый, он не спеша цедил выверенные, убийственные максимы. И лёгкий поворот головы, взгляд, паузы говорили больше, чем нервные гримасы и суетливое беганье по студии «Русских сказок». Темпоритм — это всё же не только темп. Сдерживаемый темперамент куда эффективнее выплеснутых эмоций.

Направление

В первом же выпуске оно издевательски верно-подданнически обозначилось. СД говорил, что президент, премьер (юристы по образованию), первые вице-премьеры (филологи) — европейски образованные люди, настоящие европейцы, а провинциальные чиновники и рабочие, красящие по их приказу к приезду европейцев траву, — азиатчина. В этом же выпуске прозвучала тема тварей и творцов в связи со скандалом на Таганке, о котором я уже писал («ЛГ», № 27). То есть альфа-самцы, европейцы, творцы — с одной стороны, и остальной народ (сброд) — с другой.

В третьем выпуске узловым был сюжет о «Булгарии», и СД нашёл главного виновника трагедии: это — наша алчность, не только чья-то конкретно, не воровски построенного бизнеса в России, а наша. Эта тема не раз звучала и в эфире РСН: во всём (сумасшедшей коррупции и т.д.) мы сами (народ) виноваты.

Нет, Сергей Леонидович, это не наша, а ваша алчность. Вы с Киселёвым осуществляли информационное прикрытие для Гусинского, Березовского и других, закладывавших гнилой фундамент новорусского капитализма. Именно вы сделали всё, чтобы остановить Примакова, начавшего борьбу с олигархическим коррупционным захватом России. И не за

«Курск» вы наезжали на Путина (в гибели подлодки он точно не виноват), а за то, что он ваших патронов решил распатронить.

И наконец, разве нет лично вашей вины в деградации, одичании, атомизации, феодализации страны, о которых вы часто говорите в эфире? Впрочем, грех, вина, стыд, покаяние — категории, имеющие религиозные корни, и не потому ли вам так претит христианство с его заповедями?

Возвращение в ящик нераскаявшегося (за рассказ денег не платят) грешника — знак. Ждём теперь Киселёва где-нибудь на ТНТ — здравствуйте, «благословенные» 90-е.

И милосердие иногда стучится в их сердца

Опять какая-то мистика: только я было завершил сей самоотверженный труд на высокой «цельно-нравственно-металлической» ноте, как начался 4-й выпуск «Сказок» — отличный от предыдущих. Он был абсолютно беззубым, как будто СД за предыдущие богохульства крепко досталось от владельца канала, который, как говорят, недавно приобрёл и РСН.

На этот раз ничего страшного, долго — про пустяки: писающих милиционеров, выброшенные в Сеть эсэмэски, свидетельствующие о том отрадном факте, что народ наш очень мил, мужчины беззащитны, а юные мусульмане, судя по переписке, не отличаются от христиан... Но в завершение неожиданно — беседа со священником. О русском народе, о том, что нужно сделать, чтобы не рвалась единая национальная ткань, чтобы нас уважали, чтобы мы сами себя уважали. СД с отцом Олегом был чрезмерно почтителен, что изобличало его истинное отношение к гостю, тем более что изредка он срылся-таки на едкую иронию. Беседа начиналась рвано, ведущий опять не очень-то давал другим говорить, всё сам: и за батюшку, и за Оношко. Но отец Олег всё же успел сказать, что спасение... в любви. К Богу и людям. СД стал переводить разговор в сторону нелюбви некоторых священнослужителей к советскому прошлому, но батюшка привёл современный пример любви и единения. Он напомнил, что Сергей Леонидович во время пожаров в прошлом году вместе с церковными людьми развозил необходимые вещи погорельцам в Рязанской губернии.

И это было прекрасно. Я вспоминаю прошлогоднее душное, зловонное лето, как ни странно, очень хорошо. Тогда мы приносили реальную пользу, я не ездил к погорельцам, но те летние эфиры были лучшими. Нужными людям — все на РСН подсознательно не пораженчество распространяли в эфире, а дух поднимали, людям помогали.

СД, вспомнив былое, завершил эфир неожиданно духоподъёмно.

Ну и я вслед за ним — эти противоречивые заметки. А сказал он священнику и зрителям в финале точно и самокритично: «Если мы не найдём способ быть вместе, то нам — кранты».

Найдёт ли? Станет ли искать?

А. Кондрашов

Литературная газета, №30, 27 июля 2011 г.

«Понимание ценности науки у нас на нуле»

Интервью профессора философского факультета МГУ, президента Российского гуманистического общества Валерия Кувакина Николаю Подорванюку для «Газеты.Ру»

— Каковы функции образования? Как уровень образования влияет на политику, экономику и вообще благополучие страны? Справедливо ли высказывание Уинстона Черчилля про то, что школьные учителя обладают властью, о которой премьер-министры могут только мечтать?

— Функции образования почти универсальны, поскольку оно закладывает базовые знания, обеспечивает человеку платформу для выработки мировоззрения и в решающей степени определяет его стиль и образ жизни. А по существу — его возможности и судьбу. Образование практично. И степень его практичности постоянно повышается по мере интеллектуализации современной цивилизации. Школьные и вузовские учителя действительно играют исключительно важную роль в жизни людей, как принадлежащих к роду разумных существ. Они не власть в политическом смысле, но источник и транслятор тех знаний, нормативных (моральных, правовых, гражданских, экологических) богатств, которые определяют картину мира человека, живущего по законам природы и общества.

— Как, на ваш взгляд, изменился уровень образования в СССР и России за последние несколько десятков лет? Был ли он лучше при СССР? Можно ли сказать, что сейчас уровень образования катастрофически падает, чему свидетельство — желание большинства родителей иметь возможность отправить своих детей учиться за границу да и вообще желание большинства российских граждан жить за рубежом? Или это необъективные, единичные наблюдения, на основе которых неправильно делать выводы?

— В целом уровень образования в нашей стране растет, что вполне естественно и неизбежно, ввиду роста знаний, прогресса науки и техники. Но эффективность образования отстает от того уровня, который мог бы быть достигнут, если бы в СССР оно не ограничивалось бы и не деформировалось избыточной политизацией учебного процесса, а в России — хаосом «реформ» и коррупцией, ставшей тотальной и захватившей образовательную сферу.

К желанию родителей отправить своих детей за границу для получения образования нужно отнестись реалистически.

Во-первых, это до известной степени мода и довольно глупый способ поднять свой социальный статус в глазах окружающих. Во-вторых, это один из способов капитуляции человека (отца или матери) как гражданина своей страны, имеющих достаточно много инструментов и возможностей помочь своей конкретной школе поднять качество образования. Гораздо проще, думают такие родители, послать ребенка за границу. Но не всегда это дает желаемый эффект, тем более что возникает риск для них потерять из виду

своего сына или дочь, а для ребенка — свою страну. В-третьих, это желание, которое трудно порицать или оправдывать, является реализацией естественной потребности родителей дать детям качественное образование и, в перспективе, достойную работу. Не секрет, что в ряде школ или регионов такое образование бывает недоступным.

Сегодня все большее число граждан стремится уехать за рубеж. Опять-таки здесь есть двоякая составляющая.

В первую очередь, людей «выталкивает» за границу плохое качество жизни в России, неопределенность общей социальной и политической ситуации, коррупция, постыдно низкий моральный уровень информационного пространства, вульгарность этических и эстетических стандартов, культивируемых СМИ. Но в желании уехать я не могу не видеть и проявления атрофии гражданской позиции людей. Именно она и позволяет России дрейфовать в сторону вульгарного, диковатого и развращенного общества. Уехать — это значит и расписаться как в своей капитуляции, так и в своем эгоизме, в равнодушии к истории и культуре страны, в которой тебе было суждено родиться. Речь идет, конечно, о моральной, а не юридической стороне дела. Но повторю: в самом желании уехать из России нет ничего ни плохого, ни хорошего. У каждого из нас есть такое право, и в каждом отдельном случае срабатывает уникальная комбинация мотивов. Но как бы мы ни относились к этой тенденции, она — симптом болезни общества, его общего неблагополучия.

— Что вы думаете о новых стандартах образования для старшеклассников, которые некоторое время назад вызвали бурную дискуссию в обществе? Можно ли ожидать улучшения школьного образования в ближайшие годы или же, наоборот, стоит ждать только резкого ухудшения ситуации?

— Новые стандарты образования вызывают двойственное отношение. В ряде случаев они учитывают прогресс в соответствующих областях знания. Однако происходит чрезмерная формализация образовательного процесса, сужается спектр выбора учебных дисциплин, а в комплекс социально-гуманитарных предметов все более очевидным образом проникает «православно-патриотическая» составляющая. Тем самым прямым образом нарушается главный ценностный принцип обучения — его гуманистическая, общечеловеческая нравственная основа. Положение в сфере образования в конечном счете определяется общим социальным, политическим и моральным состоянием общества. Коррупция в ее широком понимании, как разложение, развал и разрушение нормального положения вещей, будет играть в сфере образования главную отрицательную роль. Ожидать улучшения ситуации в школе не приходится.

— А что вы думаете про уровень образования в российских вузах? Из ваших личных наблюдений, растет или падает уровень знаний абитуриентов и студентов?

— Уровень образования в российских вузах сильно колеблется от вуза к вузу, от региона к региону. Есть вузы, которые являются таковыми только на бумаге. Во всех других случаях многое зависит от руководства и профессорско-преподавательского состава. Там, где есть воля и решимость, любовь к делу и ответственность, учебный процесс полнокроен и эффективен. Ведь основы, сущность обучения, его базовые технологии отработаны в течение веков, и современные инновации не играют решающей роли, если только они напрямую не связаны с содержанием образования. Тревожит другое — понижение мотивации абитуриентов и те «бифуркации», которые вызывает ЕГЭ при зачислении студентов.

ЕГЭ необъективен. И это главное. Вузы получают «котов в мешке», а сами выпускники выглядят слепыми котятками.

Чаше всего они не знают, чего хотят. Столь же болезненна и ситуация с выпускниками. Они не могут найти достойную работу, у них ослаблена воля к дальнейшему обучению. Один из мотивов, который так или иначе работает, — это, к сожалению, все то же желание уехать за границу для получения работы или продолжения образования.

— Можно ли стать ученым мирового уровня, обучаясь и работая исключительно в России, или же без общения с иностранными коллегами не обойтись?

— Сегодня наука как никогда интернациональна. Научное сообщество — это планетарное явление, коммуникации внутри которого имеют высочайшую степень интенсивности. Современный ученый является в этом смысле гражданином мира. Чем больше у него коммуникаций, тем эффективнее его исследования, тем выше шансы на успех.

В этом смысле ученым мирового уровня можно быть в любой точке земного шара.

Но это только одна сторона дела, поскольку в этой точке должен быть минимум (а лучше максимум) условий для работы ученого. В ведущих фундаментальных науках, скажем, в физике, химии или биологии, лабораторная и экспериментальная база — исключительно дорогостоящее предприятие. Столь же важны для ученого и его личные условия работы: он должен получать достойную зарплату, иметь достойное жилье, иметь возможность участвовать в различного рода конференциях и т. д. Как известно, наука в России унижена и вытеснена на задворки информационного пространства. Она потеряла в глазах людей свою ценность и привлекательность.

Быть ученым сегодня непрестижно. Поэтому наука в России отмирает.

Если власть в нашей стране не поймет, что между наукой, государством, бизнесом и СМИ необходимо заключить новый социальный контракт, в котором научное сообщество будет иметь статус равноправного партнера, то может случиться непоправимое: наука просто вырождается, и страна потеряет свою культурную и интеллектуальную самостоятельность.

— В продолжение предыдущего вопроса: насколько высок уровень преподавания английского языка в российских вузах? Насколько важно знать английский язык?

— В целом уровень преподавания языка в российских вузах улучшается крайне медленно. Меняется ситуация с его знанием студентами. В решающей степени оно зависит от самого студента и его обстоятельств. Если он ему необходим и это осознается, то язык, а то и два будут изучены. На улучшение знания иностранных языков, особенно английского, влияет и культурная экспансия. Все большая часть информации получается нами на языке оригинала, особенно на английском языке, через интернет, компьютерные технологии, даже через рекламу.

Как бы мы ни относились к этому, но сегодня английский реально стал языком межнационального общения, в том числе и в науке.

Так что знание языка в значительной степени определяется не учебными, а житейскими обстоятельствами. Но роль преподавателя в изучении языка остается главной.

— Связано ли засилье мракобесия и лженауки на телевидении, в СМИ и даже в высших эшелонах власти с тем, что уровень образования в нашей стране за последние годы резко снизился и продолжает снижаться? Или же подобные вещи происходят и в других странах, и в целом у нас не так уж все и плохо?

— Засилье лженауки напрямую связано с качеством обучения. Причем даже не столько со знанием как таковым, сколько с его ценностным статусом. Можно знать важные физические законы, но не знать, почему их важно знать. И в этом случае знание человеком о тепловом поле легко может быть вытеснено «знанием» об информационном или биокосмическом поле человека. То, что по-английски называется appreciation, оценка или понимание ценности науки в жизни человека и общества, у нас почти на нуле.

В школе не объясняют, ни почему так важно мыслить научно и критически, ни почему наука играет исключительно важную роль в жизни общества и каждого из нас.

Кроме всего прочего, беспрецедентному распространению в России лженауки и паранормальных верований способствует коррупция. И то и другое в конечном счете аморально и преступно. Это такое зло, которое стало нашим национальным позором: он понижает уровень цивилизованности страны и делает нас посмешищем в глазах других народов. Нигде в Европе шарлатанство не цветет таким пышным цветом и не имеет такого влияния на чиновничество и власть, как в России. Превратившись в одну из форм организованной преступности, лженаука и паранормальные верования из проблемы невежества превратились в проблему социальную и политическую — это еще один знак нового застоя в истории России.

Профессор МГУ В. Кувакин
г. Москва



Т. Лебедева

Грустные судьбы весёлых людей

В дореволюционной литературе для детей собственно детских книг почти не было. В неё включали произведения о детях, написанные для взрослых, народные сказки, песенки и потешки. Круг чтения подростков включал западную классику: «Дон Кихота», «Робинзона Крузо», «Путешествия Гулливера», «Приключения Мюнхаузена». Детские журналы, а их уже и в девятнадцатом веке было немало, добавляли к этим произведениям и отрывкам из них нравоучительные рассказы типа «Как Игнашу пятачок погубил» (о маленьком воришке), жития святых-детей, стихи (преимущественно о природе). Касаться острых вопросов современности детским изданиям категорически запрещалось. Даже некролог Н.А. Некрасова цензоры расценили как «горячий панегирик поэтической деятельности поэта» и разъяснили: «Муза Некрасова — совсем не детская муза, которая не должна отличаться никакой тенденциозностью, а тем более такой, которой пропитаны все стихотворения Некрасова, а потому восхвалять её и рекомендовать для детского чтения более чем странно»¹. После революции запрет был снят, и в многочисленных «Барабанах», «Внучатах Ильича», «Детях Октября», «Знамёнах пионера», «Красных галстуках» и «Юных ударниках» чего-чего, а тенденциозности хватало. Особенно отставал участок поэзии для детей. В пике нравоучительной и скучной отечественной детской литературе Самуил Маршак и Корней Чуковский ещё до революции стали переводить весёлые английские детские песенки. В двадцатых годах вокруг них сгруппировались одарённые молодые поэты Александр Введенский, Юрий Владимиров, Даниил Хармс, Евгений Шварц. В журналах «Ёж», «Чиж», «Воробей», «Новый Робинзон», в создании которых они активно сотрудничали, звучали по-настоящему детские стихи, похожие на считалки или дразнилки. В них и загадки: «Кто-то сбросил со стола / Три тарелки, два котла / И в кастрюлю с молоком / Бросил клещи с молотком; / Может, это серый кот виноват, / Или это чёрный пёс виноват, / Или это курицы / Залетели с улицы, / Или толстый, как сундук, / Приходил сюда индюк?»² и звукоподражание: «Кто продырявил барабан, барабан? / Кто продырявил старый барабан? / Барабанил в барабан барабанщик наш, / Барабанил в барабан тарабарский марш»³; и сотворчество: «Я захотел устроить бал, / И я гостей к себе... / Купил муку, купил творог, / Испёк рассыпчатый ... / Пирог, ножи и вилки тут — / Но что-то гости ... / Я ждал, пока хватило сил, / Потом кусочек ... / Потом подвинул стул и сел / И весь пирог в минуту ... / Когда же гости подошли, / То даже крошек ...»⁴.

Стоит отметить, что дети, воспитанные на поэзии Пушкина, Лермонтова, Блока, неоднозначно воспринимали стихи этих авторов. Поэт Иван Елагин в автобиографической поэме «Память» вспоминал, как подростком впервые встретился с Хармсом. Хармс

ставил Блока в один ряд с советским поэтом-песенником Лебедевым-Кумачом. «Если так, как Блок, писать нельзя, — / Спрашивал весьма наивно я, — / То кого считать за идеал?» / Даня углублённо помолчал, / Но потом он в назиданье мне / Прочитал стихи о ветчине... / Слушал я его, открывши рот — / Догадался наконец! Так вот / Чем обэриуты устранят / Из души моей священный яд / Блоковских стихов! В душе моей / Всё же Блок окажется сильней»⁵.

Встреча у Ювачёвых (настоящая фамилия Хармса) на Надеждинской в Питере не была для Елагина случайной. Отец Хармса Иван Павлович Ювачёв в молодости служил на Черноморском флоте, много путешествовал. Позднее стал революционером-народовольцем, сидел в Петропавловской и Шлиссельбургской крепостях, был сослан на Сахалин. Возвратившись в 1900 году в Петербург, переписывался со Львом Толстым, сообщил ему для разных статей много интересных эпизодов. Сохранилось письмо Софьи Андреевны Толстой, адресованное Ювачёву:

Многоуважаемый Иван Павлович!

Третьего дня получили ваши письма и книги, очень благодарю Вас за всё. Вчера вечером прочли «Шлиссельбургскую крепость» и «Монастырские тюрьмы». По мере того, как читали, Лев Николаевич неоднократно говорил: «Как хорошо пишет» или «Как просто, как прочувствованно» и всё в этом роде. Когда будете близко от Ясной Поляны, заезжайте опять к нам, будем все Вам рады»⁶.

На Дальнем Востоке пути Ивана Ювачёва пересеклись с путями местного писателя Николая Петровича Матвеева-Амурского, автора первой «Истории города Владивостока». Ювачёв крестил одного из сыновей Матвеева, будущего поэта-переводчика, выступавшего под псевдонимом Венедикт Март, отца Ивана Елагина. Дальнейший путь Ювачёва-старшего пунктирно обозначен в поэме: «А когда отбыл он ссылки срок, — / Взял он страннический посошок / И поехал в Иерусалим, / И ходил по всем местам святым. / Позже о паломничестве том / Очерков издал он толстый том... / Ювачёву от властей почёт, / И ему правительство даёт / Пенсию высокую весьма, / Но считает, что сошёл с ума / На религиозной почве он. / Был он собирателем икон. / Был он молчалив, высок и сух, / Этак лет семидесяти двух. / Кропотливо трудится старик, / Медленно с иконы сводит лик / Он на кальку. И таких икон / Тысячи для будущих времён / Он готовит»⁷. Понятно, что речь идёт о спасении икон в годы яростной борьбы властей против религии. Хармс очень любил и уважал отца, антирелигиозную истерию не одобрял и в своих миниатюрах посмеивался над ней: «Один человек лёг спать верующим, а проснулся неверующим. По счастью, в комнате этого человека стояли медицинские десятичные весы, и человек этот имел обык-

новение каждый день утром и вечером взвешивать себя. И вот, ложась накануне спать, человек взвесил себя и узнал, что весит 4 пуда и 21 фунт. А на другой день утром, встав неверующим, человек взвесил себя и опять узнал, что весит уже только 4 пуда 13 фунтов. «Следовательно, — решил этот человек, — моя вера весила приблизительно восемь фунтов»⁸. Евгений Шварц вспоминал, что когда у него было тяжело на душе, Хармс заставлял его улыбнуться, вспоминая собственные строчки: «Бог проснулся. Отпер глаз, взял песчинку, бросил в нас»⁹.

Конечно, не только борьба властей с религией удручала Хармса в окружающей жизни. Удручала приземлённость, стремление заботиться о самом необходимом: о самосохранении, одежде, еде. Реклама приближающегося изобилия с жизненными реалиями не совпадала, что, естественно, становилось поводом для иронии. Вот одна из таких миниатюр.

Человек пошёл в магазин. В колбасном отделе было много интересного, самое интересное была, конечно, ветчина. Но ветчина стоила 18 рублей, а это было слишком дорого. По цене доступна была колбаса, красного цвета, с тёмно-серыми точками. Но колбаса эта пахла почему-то сыром, и даже сам приказчик сказал, что покупать её он не советует. В рыбном отделе ничего не было, потому что рыбный отдел переехал временно туда, где раньше был винный, а винный отдел переехал в кондитерский, а кондитерский в молочный, а в молочном отделе стоял приказчик с таким огромным носом, что покупатели толпились под аркой и к прилавку ближе подойти боялись.¹⁰

Абсурдность ситуации не только в том, что в огромном гастрономе ничего нельзя купить. Переезд одного пустого отдела в другой пустой отдел проблемы не решает. Явно гоголевский нос, отделившийся от товаров и заживший отдельной от них жизнью (покупатели остались с носом!), подчёркивает типичность ситуации. Смесь абсурда с реальностью Хармс видит буквально на каждом шагу: провозглашаемое братство пролетариев и постоянные ссоры и драки в быту; активно рекламируемое изобилие товаров и их отсутствие в магазинах, — все эти нелепые проявления действительности и составляют жизнь человека, далёкого от пафоса «великих свершений».

Что теперь продают в магазинах

Каратыгин пришёл к Тиканееву и не застал его дома. Тот покупал сахар, мясо и огурцы.

Час жду.

Да я всего 25 минут как из дома.

Поссорились... Тиканеев выхватил из кошелёки самый большой огурец и ударил им Каратыгина по голове. Каратыгин схватился за голову, упал и умер.

Вот какие большие огурцы продают теперь в магазинах!¹¹

Среди придуманных Хармсом литературных анекдотов есть и такие, которые умещаются в одну строчку, например: «На крыше одного дома сидели два чертёжника и ели гречневую кашу». В чём юмор? Прежде всего, в названии. Миниатюра называется «Праздник». Абсурдность состояния общества, в котором каша — праздник, обыгрывается Хармсом и

в личных письмах: «Я стоял на балконе, читал ваше письмо и ел манную кашу. В это время тётюшка позвала меня в комнаты помочь ей завести часы. Я закрыл письмом манную кашу и пошёл в комнаты. Когда я вернулся обратно, то письмо впитало в себя всю манную кашу, и я его съел»¹².

В некоторых своих неопубликованных трактатах и статьях Хармс отмечает, что «несколько лет, заполненных войной и революцией, заставили долгое время всё население СССР думать только о том, как бы остаться живым и сытым. Год 1919 и 1920 был кульминационной точкой этого обжорного стремления. «Человек есть борец за своё существование» — значило буквально. С окончанием войны и революции обжорное напряжение стало ослабевать, но ему взамен наступил материализм в самой резкой форме как следствие революции. Он постепенно спускался всё в более низшие классы, одновременно с этим искажаясь и прикрывая собой романтическую сторону жизни. Установка всех суждений встала. Художественный гений потерпел обратный ход лозунгов: «Гений есть самобытность», «Гений есть терпение и усидчивость». Всякое искусство и развлечение без непосредственной пользы в том стало преследоваться. Отсутствие отдыха путём разнообразия напряжённости привело нас к усталости»¹³.

Писать о морально-этических проблемах общества, порождённых социальными явлениями в нём, можно было только эзоповским языком, и для этого лучше всего подходила сказка, в особенности переводная: всегда можно было сослаться на автора, жившего в другой стране и в другое время. Этим пользовались Маршак, Шварц, Тамара Габбе. Обращался к переводам и Хармс, в частности он перевёл сказку немецкого писателя Вильгельма Буша «Плих и Плюх», главный герой которой Каспар Шлих, жестокий и жадный, реагирующий на все случаи жизни словами: «Мне-то, впрочем, всё равно», — пострадал именно из-за своих принципов: когда он тонул, его никто не спас. Как и полагается, в детской литературе какая-то часть текста адресована именно родителям. Герои В. Буша Пауль и Петер Фиттихи плохо учились в школе, за что отец порол их розгами, и переводчик высказывается по этому поводу весьма определённо: «Впрочем, это очень мало / Иль совсем не помогало, / Потому что от бития / Умным сделаться нельзя»¹⁴. В собственных произведениях Хармса взрослые читатели тоже находили некий «подводный смысл», который вследствие малого жизненного опыта не могли заметить дети. Так, в рассказе «Озорная пробка» дети воспринимают только фабулу: в детдоме почему-то всё время гаснет электричество. В результате кто-то во время ужина облился супом, кто-то упал на уроке физкультуры, «на пятый день потухло, когда делали газету и рассыпали коробочку с кнопками. Разбили модель избы-читальни»¹⁵. Почему гаснет свет, для всех загадка. Комиссия предложила поискать злоумышленника у себя в детдоме. Громкоговоритель пригрозил ему товарищеским судом. Петя Сапогов вызвался починить электричество. «А ты разве умеешь?» — «Умею». Поковырялся, постучал. С тех пор

не гасло». Юные читатели могут подумать, что Петька оказался более умелым мастером, чем детдомовский электрик. Взрослым сразу ясно, что Петька и выключал свет раньше, но им очевидно и другое: советский детдом слишком похож на казарму:

«В 124-м Детском доме ровно в 8 часов вечера зазвонил колокол.

- Ужинать!

Девчонки и мальчишки бежали вниз по лестнице в столовую. С криками и топотом и хохотом каждый занимал своё место.

Сегодня на кухне дежурят Арбузов и Рубакин, а также учитель Павел Карлович, или Палкарлыч.

Когда все расселись, Палкарлыч сказал:

Сегодня на ужин вам будет суп с клёцками.

Арбузов и Рубакин внесли котёл, поставили его на табурет и подняли крышку. Палкарлыч подошёл к котлу и начал выкрикивать имена:

Иван Мухин! Нина Верёвкина! Федул Карапузов!

Выкрикиваемые подходили, Арбузов наливал им в тарелки суп, а Рубакин давал булку. Получивший то и другое шёл на своё место»¹⁶.

Вывод, адресуемый взрослым, более глубок и серьёзен: жизнь в детдоме действительно казарменная, а проказы — детские. Дети гораздо умнее и предприимчивее, чем кажется взрослым. Писатель от всей души радовался, когда попадал в детский дом, где детей по-настоящему любят, где им тепло и весело. Именно такому детскому дому — Ленинградскому под номером 6 — посвятил он сказку-песенку «Весёлые чижи». Каждый чиж не похож на остальных, у каждого свои вкусы и привычки, и живут чижи не в казарме, а в квартире, художник Май Митурич подчеркнул это обстоятельство, изобразив на обложке книжки дверь, на которой 44 (по числу чижей) звонка и множество почтовых ящиков. Зайцы, щенки, утята и другие герои детских книжек Хармса демонстрируют маленьким читателям примеры верной дружбы, доброты, взаимопомощи, умения сообща находить выход из трудного положения. Например, для кошки, порезавшей лапу, было решено купить несколько воздушных шариков: «И сразу столпился народ на дороге, / Шумит и кричит и на кошку глядит. / А кошка отчасти идёт по дороге, / Отчасти по воздуху плавно летит»¹⁷.

Весёлые детские книжки Хармса и других поэтов, сгруппировавшихся вокруг Маршака, оценивались по-разному: Луначарский отзывался о Хармсе и Маршаке с восторгом, молодые критики (А. Бармин, Б. Бухштаб) отмечали, что Хармс, опираясь на детское творчество, нашёл те условия, в которых слово и соединения слов входят в сознание ребёнка с наибольшим эффектом. Для развития грамматических представлений ребёнка одно стихотворение Хармса может дать больше, чем несколько сухих уроков. Но нападок от сторонников нравоучительной и особенно классовой литературы было больше, чем положительных отзывов. Молодые поэты нередко и сами подливали масла в огонь. Отдел рекламы кондитерской фабрики имени Самойловой заказал им подписи к фантикам для карамели «Ёж». Николай Олейников тут же вымолвил: «Утром съёл конфетку «Ёж» — в восемь вечера

помрёшь». «Ну, а съев конфетку «Чиж», к праотцам ты полетишь», — добавил Хармс. Тут же возникла мысль подобным образом рекламировать детские журналы с этими названиями: «Заявляет «Чиж» чижу: «Ты летишь, а я лежу. Ты живёшь в лесу на ёлке, я живу на книжной полке». Для «Ёжа» решили выпустить серию рисунков «Как у бабки на базаре яблоки пропали»: «До чего дошли ежи! Стой, хватай, лови, держи! Ёж решился на грабёж, чтоб купить последний «Ёж». Тут же в редакцию пришло разгневанное письмо: «Журнал призывает к грабежу!» Редакция ответила: «Вы полностью правы, но чтобы грабежа и разбоя не было, подпишитесь на журнал «Ёж» заранее»¹⁸.

Не от всякой хулы можно было отделаться шуткой. 1 февраля 1928 года Н.К. Крупская, у которой чувство юмора отсутствовало начисто, она даже русские народные сказки пыталась запретить, выступила в «Правде» с заметкой «О крокодиле», где заявила, что «вместо рассказа о жизни крокодила ребята услышат невероятную галиматью» (речь шла о Крокодиле Крокодиловиче, герое сказки). Зимой 1929 года «Литературная газета» напечатала фельетон «Против халтуры в детской литературе». Основными халтурщиками были объявлены Маршак и Чуковский. Особенно досталось Чуковскому за то, что сравнил в «Мойдодыре» маленького «буржуя» с поросёнком, а поросёнка — с трубочистом. «Интересно было бы посмотреть, как выглядел бы Чуковский, если бы он чистил дымоходы!». В другом издании — журнале «На литературном посту» (1930. — № 5-6) — критикам не понравилось, что на свадьбу к Мухе-цокотухе пришли «жуки рогатые — мужики богатые». Это было истолковано как «восхваление зажиточных крестьян, то есть кулаков». Маршак и Чуковский, хорошо известные не только в своей стране, но и в Европе, были менее уязвимы, зато в адрес молодых поэтов маршаковского кружка град критики не утихал. Раздражало и то, что почти все они были членами организации со странным названием обэриуты (критики видели сходство со словом «абракадабра» — её находили-таки в некоторых детских стихах не умеющие улыбаться люди). Но их группа была не только клубом шутников. Самоназвание они расшифровывали как «Объединение реального искусства», считая себя творцами не только нового поэтического языка, но и нового ощущения жизни. В чём-то их творчество было сходно с творчеством конструктивистов. Многие книжки оформляли близкие конструктивистам по манере и по цветовой гамме (красный, жёлтый, чёрный цвета) художники: Лемкуль, Митурич, Правосудович и даже редко обращавшийся к книжной графике Татлин. После громкого успеха в 20-х годах, конструктивистов начали потихоньку выжимать из пропаганды, агитации и рекламы — слишком быстро менялась политика и политики, исчезавшие из жизни, но «застревавшие» на плакатах надолго. А молодые писатели сочиняли анекдоты и на эту тему. Страна пестрит плакатами с портретами Сталина, призывами подписаться на государственный заём и выполнить пятилетку в четыре года. Предлагается короткий вариант: «Сталин: «Заём, заём в четыре года!». Народ подкидывал ещё более резкие варианты:

«У кремлёвской стены красноармеец. «Ты что здесь делаешь?» — «Караулю, чтобы какая-нибудь сволочь не перелезла через стену». — «Откуда? Оттуда? Ну, карауль!»

Всё чаще звучали утверждения: «Поэзия обэриутов контрреволюционна!». «Литературные хулиганы» ничем не отличаются от классовых врагов! Они далеки от проблем социализма!» — писал журнал «Смена». В результате многие писатели в конце 1931 года были высланы из столиц. Хармс и Введенский попали в Курск.

«Курск очень неприятный город, — писал Хармс Леониду Пантелееву. — Тут у всех местных жителей я слышу за идиота. На улице мне обязательно говорят что-нибудь вдогонку. Поэтому я почти всё время сижу у себя в комнате. По вечерам я сижу и читаю Жюль Верна, а днём вообще ничего не делаю»¹⁹. Вдобавок ко всему в ссылке он заболел туберкулёзом. За поэтов вступился Горький, и 18 ноября 1932 года Хармс и Введенский возвратились в Ленинград. Вскоре они опять стали завсегдатаями трёх маленьких комнаток на третьем этаже Дома книги, где размещался детский отдел госиздата.

Рабочий день в редакции начинался с заварки чая. За чаем рассказывались забавные истории, секретарю Генриетте Давыдовне Левитиной и редактору Наталье Болдыревой Евгений Шварц и Николай Олейников писали любовные стихи. Однажды Хармс принёс два одинаковых конверта с сургучными печатями для Олейникова и Шварца.

Кому какой? — спросила Генриетта.

Совершенно безразлично, но не говори, что письма от меня, и вообще меня здесь не было. И буду не скоро...

В обоих конвертах на листках был одинаковый текст: «Пусть Коля и Женя помрут от тоски, / Я Даню люблю до гробовой доски»²⁰.

В розыгрышах Олейников не отставал от Хармса и Шварца. Однажды он привёз из отпуска справку: «Сим удостоверяется, что гражданин Олейников Николай Макарович действительно красивый. Дана для поступления в Академию художеств»²¹. Оказывается, Олейников убедил наивную девушку, что в Академию художеств некрасивых не берут, и она, взглянув на его действительно красивое лицо, удостоверила впечатление справкой. Действительно, — рассудили в редакции, — если разные конторы выдают не глядя справки о пролетарском происхождении, то почему не может быть справки о том, что её податель — красавец?

В отличие от своих товарищей, которые пришли в литературу из классических гимназий и университетских аудиторий, Николай Олейников по происхождению донской казак. Родился в станице Каменской Ростовской губернии, воевал с белыми, был сотрудником газет «Молот» (Ростов), «Всероссийская кочегарка» (Бахмут), входил в союз пролетарских писателей Донбасса «Забой». Переехав в 1925 году в Ленинград, редактировал детские журналы «Ёж» и «Чиж». Среди детских писателей он был едва ли не единственным коммунистом и считал, что детям необходимо рассказывать о революционной истории их

страны. В 1928 году торжественно празднуется 10-летие Красной Армии. По этому поводу «Пионер» публикует обращение «Ко всем юным пионерам и детям рабочих и крестьян Советского Союза»: «Славная рабоче-крестьянская Красная Армия 23 февраля празднует свой десятилетний юбилей. Вы живёте в грозные времена, когда капиталисты хотят напасть на нас. Они открыто готовят войну против нашего пролетарского государства. Пионеры! В день десятилетней годовщины Красной Армии проверьте, что вы сделали по военной подготовке. Все ли вы начали активно обучаться военному делу?»²² Ответственный редактор «Ежа» Олейников посвящает знаменательной дате талантливый очерк «Сколько тебе лет?». Тогда же выходит из печати и его повесть «Танки и санки» с выразительными рисунками А. Пахомова. Один из главных героев генерал Семиколонов насмехается над красными: «Командиров у них нету! Что за армия? Голодранцы!» Когда у хутора Булочкина ему предстояло сразиться с новым отрядом из Муром под командованием рабочего Дорофеева, «генерал даже за голову схватился. Ему было обидно воевать с кочегаром»²³. Но плохо одетые и вооружённые бойцы красной конницы разбили белых. В качестве трофея взяли присланные Антантой шинели и снаряды, увязшие в грязи танки. С пулемётами, установленными на санках, красная кавалерия в январе 1920 года взяла Новороссийск... Книжка заканчивается по-репортажному: «Кончил писать книгу. Услышал шум. Шла хорошо одетая, обутая и обученная армия».

«Детская книга нашла своего серьёзного автора — Олейникова, — писала А. Гринберг. — Книги его лишены отрицательных старых приёмов — ненужной беллетристичности, сентиментальности, болтливости; это новый автор не только по содержанию, но и по форме: он деловит, краток, прост, он обращается к подлинности, он пользуется документами»²⁴.

Журналистский приём аргументации с помощью документов Олейников применил в детской литературе впервые. В книжке о революции «Боевые дни» приводятся документы с той и другой стороны. Крупно, в рамках, в сопоставлении даются выдержки из буржуазных и большевистских газет. Распоряжения Временного правительства выделяются жирным курсивом, Советской власти — так же и очень крупно²⁵.

Разговоры о том, что надо знакомить юных читателей с сегодняшним днём, велись. Сопротивление писателей чаще всего обосновывалось нежеланием откликаться на призывы хулителей, людей, облечённых властью, но совершенно не понимающих, какой должна быть детская литература. Корней Чуковский рассказывал: «Когда меня как детского писателя порицали за то, что в моих сказках нет актуальной тематики, Олейников пришёл мне на помощь, написав две образцовые строчки, порекомендовав мне писать именно в этом духе:

Детские стихи:

Весел, ласков и красив,
Зайчик шёл в кооператив.

Н.Олейников
25 / IX — 1926 г.²⁶

Олейников понимал, что амплуа Чуковского в детской литературе — именно сказочник. Уж если за «жуков рогатых — мужиков богатых» он получил от партийных критиков строгий выговор, то, надо думать, какими подробностями обозначится поход зайца в советский кооператив. Кроме сочинения сказок Чуковский был серьёзно занят литературной критикой, лингвистикой, переводами, эти грани его творчества до выхода в свет книги «От двух до пяти» вообще не пересекались, и требовать от него «откликов на современную действительность» было бессмысленно. Но вполне можно полагать, что Маршак написал «Войну с Днепром» и «Мистера-Твистера» не без влияния Олейникова. «Берегись Николая Олейникова, чей девиз: «Никогда не жалей никого», — эпиграмма Маршака. Они часто ссорились. Но продолжали оставаться в команде. Все они нуждались друг в друге: в общении, в понимании, в разговорах о литературе и искусстве.

«Вчера позвонил мне Маршак, — пишет Д. Хармс Н.И. Колюбакиной, — и просил, если я не занят и если у меня есть к тому охота, прийти к нему. Я пошёл. В прихожей произошла сцена с обниманиями и поцелуями... Потом Маршак бегал вокруг меня, не давая мне даже сесть в кресло, рассказывал о Риме и о Париже, жаловался на свою усталость. Маршак говорил о Риме очень хорошо. Потом перешёл разговор на Данта. Маршак научился уже немного говорить по-итальянски, и мы сидели до трёх часов ночи и читали Данта, оба восторгаясь»²⁷.

Таким же лирическим настроением наполнено письмо Борису Житкову: «Ваш переезд в Москву, дорогой Борис Степанович, мне бесконечно печален. Среди моих знакомых в Ленинграде не осталось ни одного настоящего мужчины и живого человека. Один зевнёт, когда заговоришь с ним о музыке, другой не сможет развить даже электрического чайника, третий, проснувшись, не закурит папиросы, пока чего-нибудь не съест, четвёртый подведёт и окрутит вас так, что потом только диву даёшься... Очень, очень не достаёт мне вас, дорогой Борис Степанович»²⁸.

Строчки о любви к музыке рассыпаны по многим письмам Хармса:

Слушал Гилельса: Скарлатти, Туберг, Шопен, Лист, Паганини...

Вспоминаю вас, когда играю на фисгармонии Вторую фугетту Генделя.

Я увлёкся Моцартом. Вот где удивительная чистота!

Искусство, приходящее на смену классике, Хармса не радует: «Я очень люблю театр, но, к сожалению, сейчас театра нет. Время театра, больших поэм и прекрасной архитектуры кончилось сто лет тому назад»²⁹. А что в остатке? «В жизни есть две высоких вещи: юмор и святость». Это высказывание Хармса вспомнят в 1967-м году на XXII научной студенческой конференции в Тарту ленинградцы А. Александров и М. Мейлах и прокомментируют его следующим образом: «Под святостью он понимал подлинную жизнь, живую жизнь. Юмором он обнажал неподлинную, застывшую, уже мёртвую жизнь, не жизнь, а только

мёртвую оболочку жизни, безличное существование»³⁰. На такое существование обречены и те люди, которые помнят «живую жизнь», а в наступившей совершенно не могут ориентироваться. Любимыми героинями Хармса становятся старушки, и, пожалуй, самый трогательный образ — героиня рассказа «О том, как старушка чернила покупала». На все её вполне логичные вопросы ей отвечали: «С луны свалилась?» Не найдя на своей Кособокой улице и вокруг неё магазина канцелярских товаров, старушка пытается найти чернила в других местах: в книжном магазине, в керосиновой лавке, на рынке. Торговка черносливом интересуется, какие чернила ей нужны. Чёрные? Чёрных нет. Красные? И красных нет. Логика привела старушку в книжное издательство: «Тут уж наверно чернила есть, раз книги лежат, Ведь книги-то, чай, пишутся чернилами». На шестом этаже познакомилась с двумя писателями.

Вы тоже что-нибудь написали?

Нет, — сказала старушка, — у меня чернила все вышли. Была у меня баночка, от сына осталась, да вот теперь кончилась.

А что, ваш сын тоже писатель? — спросил толстяк.

Нет, — сказала старушка, — он лесничий...³¹

Диалог длился долго. Получила ли старушка желаемое, неизвестно, но рассказ о её злоключениях один из её новых знакомых написал.

Трагическая абсурдность мира, в котором человек чувствует себя посторонним, брошенным, никому не нужным, становится причиной абсурдного поведения героев. У Хармса это особенно ярко выражается в образах старушек — промежуточного звена между жизнью и смертью. Абсурдность мира эту позицию сокращает. В этом отношении характерна миниатюра из «Случаев» о падающих из окон старухах. Маска простака-рассказчика позволяет автору истолковать происшествие как излишнее любопытство: одна наблюдала, как из окна упала другая и нечаянно вывалилась сама. «Когда вывалилась шестая старуха, я пошёл на Мальцевский рынок, где, говорят, одному слепому подарили вязаную шаль»³². Ясно, что гибель одиноких старух — от безысходности, но автор подчёркивает, что это — уже почти норма, а подарок шали слепому — необычное событие. Загадочные смерти людей — одна из главных тем «Случаев». «Однажды Орлов объелся толчёным горохом и умер. А Крылов, узнав об этом, тоже умер. А Спиридонов умер сам собой. А жена Спиридонова упала с буфета и тоже умерла. А дети Спиридоновых утонули в пруду. А бабушка Спиридонова спилась и пошла по дорогам». Исследователь творчества Хармса В.С. Воронин объясняет смерть семьи Спиридоновых с точки зрения современной медицины, «ибо клиницисты обнаружили сегодня феномен так называемых «случайных смертей», а теоретики выдвинули гипотезу, согласно которой причиной «случайной смерти» является попадание человека в точку пересечения различных волн»³³. Но, во-первых, эта теория увидела свет более чем через 60 лет после написания «Случаев», во-вторых, Хармсом описывается такое время, когда «люди гибли... и ис-

чезали без следа, а за ними высылали жён и детей, целые семьи»³⁴. Поэтому выселенной из квартиры сына бабушке Спиридоновой и пришлось скитаться по дорогам. Именно такое толкование данной миниатюры находим в одном из последних стихотворений Олейникова: «Я шутки шутил. Оказалось, / Нельзя было этим шутить; / Сознание моё разрывалось, / И мне не хотелось жить. / С последним коротким сигналом / Пробьёт мой двенадцатый час. Орлова не стало, Крылова не стало. / Друзья, помолитесь за нас!»³⁵

Тяжелые предчувствия не заставили писателей замолчать. Отношение к людям как к мусору возмущало их. «Санитарная комиссия, ходя по квартирам и увидя Калугина, нашла его антисанитарным и никуда не годным и приказала жакту выкинуть Калугина вместе с сором. Калугина сложили пополам и выкинули как сор», — это ещё один сюжет из «Случаев» Хармса. Предостерегающе звучит и его ранее написанная песенка: «Из дома вышел человек... и с той поры исчез». А её заключительные слова: «А если как-нибудь его случится встретить вам, / Тогда скорей, тогда скорей, скорей скажите нам», — всё чаще воспринимаются двояко. Кому — нам? Его друзьям или тем, от кого он скрывается? Доносчиков поощряли. Появились энтузиасты. Один из героев Хармса «долго спал и всё время видел во сне, что то он следит из кустов за милиционером, то милиционер за ним».

Тема всеобщей слежки талантливо подана Николаем Олейниковым в рассказе «Индийская голова». Перенос места действия в фашистскую Германию не меняет сути. Герою рассказа мистеру Оксу случайно попадает в руки газета с сообщением: «Бежал опасный преступник». За его поимку пообещали 5000 марок вознаграждения. Окс решил проявить рвение и тут же привёл в участок старуху, торговавшую лимонами. Полицейский объяснил, что старуха — его двоюродная бабушка. Поскольку преступник жил в Германии, он, разумеется, был коммунистом. Окс решил проверить следующего подозреваемого на знание русского языка. Поскольку он знал всего три русских слова, то, подсев к подозреваемому, запел: «Горький Максим. Тра-ля-ля, самовар. Самовар, Максим, тра-ля-ля». Этого было достаточно, чтобы самому оказаться «опасным преступником». Полицейский привёл в участок обоих, но оказалось, что за полтора дня поймано уже 49 «Отто Браунов». В российской действительности размах шпиономании был не меньше, и в отличие от Германии весь доносительский вздор принимали с радостью, — именно эту мысль, хотя и эзоповским языком, подчёркивает Олейников.

3 апреля 1936 года Правление Союза писателей СССР и его секция критиков проводила в Ленинграде общее собрание писателей, посвящённое вопросу борьбы с формализмом и натурализмом в литературе. Выступающие клеймили своих товарищей за подражание тем писателям, которые уехали за границу и там якобы перестали быть реалистами. Заболоцкого, Каверина и Лавренёва — за формализм, писателей-фантастов — за запугивание читателей предстоящими катаклизмами. Выступивший на собрании Олейников заявил, что формализм в детской литературе не

в содержании и не в стиле, а в том, что у нас на всю страну пять детских журналов. Он одобрил деятельность Маршака, человека необычайно требовательного, который охотно сотрудничает с молодыми стихотворцами, желая укрепить самый слабый участок детской литературы — её поэзию.

Через три месяца умер Горький — главный защитник Маршака и его команды. В партийной печати её стали именовать не иначе, как «вредительская группа, орудующая в детской литературе». Настроение Хармса в эти дни хорошо иллюстрируют строки из его поэмы «Я строю башню на скале», сохранившиеся в «Сборнике контр-революционных произведений нелегальной антисоветской группы детских писателей», изданном ОГПУ.

«По дорогам и пустыням ходит смерть и всех зовёт.

Небо стало бледно-синим. Солнце по небу плывёт...

Люди плачут, люди молят, небо молят и зовут.

И молчит, сияет небо. Люди так же страшно мрут...

Но нет уж старших и нет людей,

И только слышу я вопль детей.

И слышу громкий протяжный вой:

Пусти нас, милый, пусти, родной!

И им в окошко кричу я сам:

Идите, дети, все по домам!

Идите, дети. Не до вас»³⁶.

Друзья не раз спрашивали его, почему он не заводит детей. Он отвечал, что не любит их. Ему не верили. Он объяснял, что сам некрасивый и боится, что его ребёнок будет ещё некрасивее. Ему опять не верили: женщинам он нравился: был и хорош собой, и высок, и всегда наряден, и спортивен. Очевидно, он хорошо представлял жизнь отца в тюрьме исылке и не хотел продолжения рода именно по этой причине. С сестрой Лизой, которая была замужем за ярым коммунистом, говорил холодно и только по-немецки, настоял, чтобы жена оставила девичью фамилию Малич: «Сейчас такая жизнь, что если у нас будет общая фамилия, мы потом никому не сумеем доказать, что ты — это не я»³⁷.

Вскоре начались аресты. Маршак записал в дневнике: «Арестованы 10 человек». В дневнике Евгения Шварца подробно рассказывается о последнем приезде Олейникова к нему в Разлив, совместной прогулке до Сестрорецка и разговорах о пустяках. «Я почувствовал с безошибочной ясностью, что Николай Макарович хотел поговорить о чём-то другом, да язык не повернулся. О чём? О том, что уверен в своей гибели и, как все, не может сдвинуться с места, ждёт? О том, что делать? О семье? О том, как вести себя — там? Никогда не узнать. Подошёл поезд, и мы расстались навсегда... Через два-три дня я узнал, что Николай Макарович арестован»³⁸. Есть в дневнике Шварца и запись о том, как у него пытались добыть компромат на Олейникова: «Ты, Женя, расскажи, как он вредил кино, почему ваши картины не имели успеха». Но и тут я ответил, что успех или неуспех в кино невозможно объяснить вредительством. Я стоял у тощень-

ких колонн гостиной рококо, испытывая отвращение и ужас, но чувствуя, что не могу выступить против Олейникова, хоть умри»³⁹. То же говорит о своём начальнике сотрудница Маршака А.И. Любарская: «Его мужество сказало и тогда, когда от него требовали, чтобы он отказался от друзей и учеников, которые были арестованы (среди них была и я), требовали, чтобы он назвал их врагами народа и вредителями. Но ни одним словом, ни одним уклончивым выражением не признал он эти обвинения, сыпавшиеся на редакцию, — а значит, и на него, — не признавал ни в печати, ни на писательском собрании, специально для этого созданном»⁴⁰. Среди воспоминаний о Маршаке есть и такой интересный факт: «В начале 50-х годов сын Олейникова Александр ехал из Одессы в Ленинград поступать в институт. Мать дала ему адреса знакомых в Москве и Ленинграде. В Москве на многие звонки ответили, что не знают никакого Олейникова, который в то время ещё не был реабилитирован, после чего трубка вешалась. Александр позвонил Маршаку.

Где ты находишься?.. Понятно. Это полчаса от меня. Подогреваю обед и чай. Скорее приезжай.

Самуил Яковлевич радушно, хлебосольно принял Александра, расспрашивал о матери, Одессе, планах на жизнь. До ночного поезда было много времени, и Маршак уложил Александра отдохнуть, а потом они вечерничали и со множеством напутствий поздно вечером Александр был отправлен в Ленинград»⁴¹.

Олейников и Хармс были реабилитированы посмертно. Хармс умер в тюрьме от голода в 1942 году. Дата гибели Олейникова размыта: по одним данным, он был расстрелян в 1938-м, по другим — умер в ссылке в 1942-м. Они навсегда остались молодыми писателями. Интерес к их журналам и их творчеству не ослабевает и сегодня.

г. Воронеж

Примечания:

- 1 Центральный государственный исторический архив, фонд 777, опись 2, ед. хр. 8, лист 18.
- 2 Введенский А. Кто? — Ёж. — 1929. — № 3. — С. 30.
- 3 Владимиров Ю. Евсей. — Ёж. — 1929. № 6. — С. 16.
- 4 Хармс Д. Очень-очень вкусный пирог. — Российская газета. — 2010. — 30 декабря.
- 5 Елагин И.В. Память // Собр. соч. в двух томах. Том 2. — М.: Согласие, 1998. — С. 208-209.
- 6 Urman Gleb Pr fac // Sonner et voler par Daniel Harms po mes. — W rzburg, 1974.
- 7 Елагин И.В. Указ. соч. — С. 207.

- 8 Литературные анекдоты. — М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2000. — С. 260.
- 9 Шварц Е.Л. Живу беспокойно... Из дневников. Л.: Сов. писатель, 1990. — С. 507.
- 10 Литературные анекдоты. — С. 270.
- 11 Хармс Д.И. Случаи. — М.: Мир культуры. Фортуна-Лимитед, 1993. — С. 20.
- 12 Хармс Д.И. — Т.А.Липавской // Полн. собр. соч. Том 4. — СПб.: Академический проект, 2001. — С. 63.
- 13 Хармс Д.И. Трактаты и статьи // Там же. — С. 7.
- 14 Буш В. Плих и Плюх. — Л.: Детгиз, 1937. — С. 59.
- 15 Хармс Д.И. Озорная пробка. — Л.: ГИЗ, 1930. — С. 5.
- 16 Там же. — С. 3-4.
- 17 Хармс Д.И. Игра / Сост. Л.К. Чуковская. — М.: Дет. мир, 1962.
- 18 Шишман С.С. Несколько весёлых и грустных историй о Данииле Хармсе и его друзьях. — Л.: ЛИО «Редактор», 1991. — С. 44.
- 19 Хармс Д.И. — Л.Пантелееву. 23.07.32 // Полн. собр. соч. Том 4. — С. 69.
- 20 Шишман С.С. Указ. соч. — С. 40.
- 21 Там же. — С. 28.
- 22 Пионер. — 1928. — № 4. — С. 1.
- 23 Олейников Н.М. Танки и санки. — Л.: ГИЗ, 1928. — С. 14.
- 24 Гринберг А. Лицо советской детской книги // Печать и революция. — 1929. — № 7. — С. 198.
- 25 Олейников Н.М. Боевые дни. Издание 5-е. — М.-Л.: ОГИЗ «Молодая гвардия». — 28 с.
- 26 Шишман С.С. Указ. соч. — С. 35.
- 27 Хармс Д.И. — Н.И.Колубакиной // Полн. собр. соч. Том 4. — СПб.: Академический проект, 2001. — С. 56-57.
- 28 Хармс Д.И. — Б.С.Житкову // Там же. — С. 53.
- 29 Хармс Д.И. — К.В.Пугачёвой. 5.10.33 // Там же. — С. 69.
- 30 РГАЛИ. — Фонд 3112, опись 1, дело 185. — С. 103.
- 31 Хармс Д.И. О том, как старушка чернила покупала. М.-Л.: ГИЗ, 1929. — С. 24.
- 32 Хармс Д.И. Случаи. — М.: Мир культуры. Фортуна-Лимитед, 1993. — С. 6.
- 33 Воронин В.С. Неантропные художественные миры Даниила Хармса // Вестник Волгоградского гос. университета. Серия 8. Литературоведение. Журналистика. — 2001. — Вып. 1. — С. 44-45.
- 34 Шварц Е.Л. Указ соч. — С. 630.
- 35 Шишман С.С. Указ. соч. — С. 129.
- 36 Хармс Д.И. Полн. собр. соч. Том 4. — С. 169.
- 37 Глоцер В. Марина Дурново: мой муж Даниил Хармс. — М.: Б.С.Г.-пресс, 2000. — С. 45.
- 38 Шварц Е.Л. Указ. соч. — С. 632.
- 39 Там же. — С. 633.
- 40 Шишман С.С. Указ. соч. — С. 130.
- 41 Там же. — С. 33.



В. Королёв, главный редактор «Смоленской газеты»

Фотографы

Павел Кривцов

*Посмотришь фото — и пишешь очерк,
Напишешь очерк — берись за песню:
Кривцова снимок, Кривцова почерк
Жить заставляет всё интересней!
Кривцов снимает — не шелохнётся,
Характер видит, читает взгляд.
Ваяет образ резцом из солнца —
В руках же только фот-аппарат!
Хрусталик вставлен не в линзу «пушки» —
Из сердца Павла он ищет совесть!
...Со словом чутко работал Пушкин —
Кривцов же светом рисует повесть!*

Виталий Собровин

*Не нужен на фото знак «экстра».
Где венчаны воды с огнём,
Работал над снимком МАЭСТРО,*

*Мы лишь подмастерья при нём!
Умел он освоить пространство,
Найти первозданный сюжет,
В капели увидеть лекарство,
В букете ромашек — фрагмент,
КОТОРЫМ ИЗМЕРИТСЯ СЧАСТЬЕ!
Высокой поэзии свет,
Попавший под взгляд объектива.
Ты выбрал, внося коррективы, —
Собровин — из тысяч кассет.
Из массы своих негативов
Ты выбрал умение грустить
И плакать, как гибкие ивы,
И будто по Пушкину жить...
Творить, небеса воспевая,
И землю святую, и кров,
И русский ломоть каравая,
И ВЕРУ, НАДЕЖДУ, ЛЮБОВЬ!*

В. Тулупов

Между зимой и летом

Из Тетради № 8

Юрию Левитанскому

*...но вот стихи,
и чтобы ясно было,
что это настоящие стихи,
я вам скажу:
в них время не застыло —
оно живёт,
хоть и слова тихи.
Слова просты, но и волшебны,
право...
И после них в груди так горячо,
и рифмы тут как будто
ни при чём —
здесь речь о жизни.
Речь о жизни...
Браво!*

*Как память избирательна: увы,
забыто многое, что надо бы запомнить,
и в то же время ясно видим мы
иное, что хотелось бы не помнить.*

*Лишь клетки детской памяти живуци:
в них запахи и состоянье дней
так ярки и так сладостно пахучи,
что самой точной записи верней.*

*Такая тихая зима...
Такие мягкие снега...
Такое мирное молчанье...
Шагов по тропочке ворчанье...
Озябшей птахи перелёт...
Незримый под ногами лёд...
И звуки дальние авто...
В то утро, в то мгновение, в то...*

*Бежишь, торопишься — и вдруг,
глаза подняв, увидишь в небе
неясный солнца полукруг
среди зимних туч...*

И не о Фебе

*тогда подумаешь — о том,
как всё это сосуществует:
канавы, тротуары, дом
и небо?..*

Улетает всуе

*дней бестолковых череда,
делишек мелких и никчёмных,
а где-то — горы и вода
морей и голубых, и чёрных
веками царственно живут...*

Не замечают, не снисходят,
не суетятся, не зовут —
они-то знают:

всё проходит...

А.Я.

Кинель — вишнёвый городок,
Кинель — река, обрыв, тарзанка,
и станционный холодок
перед отъездом спозаранку...

Кинель — сторожка, старый дед,
«Продмаг», кино в ДК и «Крылья»...
Того, что было, больше нет
и поросло, наверно, былью.

Но мы-то помним, мы-то есть —
погодки- братья, мы-то знаем,
что лучшие детства края нет,
его-то мы и вспоминаем...

Уфа, Лопатино, Гора,
футбол, хоккей — какие страсти
вдруг разгорались у двора
на Вологодской!.. Это — счастье,

что были дружба и любовь,
родня и наша Черниковка!..
Бурлила молодая кровь,
бурлила кровь без остановки...

Голова, опущенная долу,
мысли от забот идут вразброд...
Только, что это?! Приговор — голый!
Снег сошёл!.. Когда сошёл, народ?
Оглянулся — где-то даже травка
зеленеет... Слышу — засвистел
птаха весенний в маленькой дубравке
меж многоэтажек... Ах, пострел!
Покажись, не прячься, а порадуй,
разбуди ещё смотрящих сны,
своим пением смягчи досаду,
вестник неожиданной Весны...

Пейзаж, который с детских лет
нас окружает — это поле,
и эта речка, этот лес, —
наверно, снятся и в неволе,
и в дни счастливые побед...
И каждый раз — когда так нужно,
чтоб заслонили нас от бед,
чтоб напоили полной кружкой.
Возможно, дальний небосвод
с дорогой торной, многодневной,
таким и сделали народ,
чуть-чуть мечтательным, душевным...

Театру «Парадокс»

Театр, вешалка, анилаг...
Театр-мир, судьба-театр...
Как долго длился ваш антракт,
но состоится третий акт —
и мы увидим вас, ребята!

До третьих петухов взойти
на сцену и промолвить слово,
и тайное произвести,
и в тишину перевести
гул зала каждый раз и снова...

Увы, не каждому даны
театра магия и тайна,
когда и стёжки не видны,
и только пальцы холодны
в волнении необычайном.

Театр — тайное из тайн:
как, почему, зачем он манит?
Театр — в профиль и анфас —
опять зовёт, собирает нас,
опять нас радостных обманет...

За монитором целый мир —
как космос: логика и хаос...
Экран — и лекарь, и вампир,
и нехватность он, и малость.

Как просто: руку протяни,
глаз навести, и ты — у цели
через секунду, раз-два-три...
Ведь мы же этого хотели?

Струит покорный нам эфир
слова, картины и движенье —
и низкое и духа пир
предложены для постиженья...

Что ж, от щедрот и от богатств
неколебимы и в ненастье?..
Но кто ж, скажите, виноват
в том одиночества несчастье?..

Когда зима нас утомит
позёмкой, холодом, бураном,
весны благословенной вид
рисуем и зовём. Но рано...
Ещё упрямая зима
сварливо нам бросает в очи
охалки снега — звать, сама
из жизни уходить не хочет.
Весною талая вода
поднимет реки и затопит
дороги, сёла, города,
но и весна свой век торопит:
ведь солнце каждый день твердит,
мол, погоди, наступит лето,

и шмель мохнатый прогудит
тепла начало... Будет это:
купанье, ягоды, грибы,
роса на зелени могучей,
в ногах усталость от ходьбы
по перелескам и по кручам.
...Но сердце скоро станет ждать
осенней грусти и печали —
и в этом жизни благодать:
в конце — как будто бы в начале...

Четыре времени у нас
контрастно яркие и красивы:
и душу радуют и глаз —
у каждого свои мотивы...
Не в том ли главное, что мы
разнообразим ожиданьем
и чувства наши и умы,
вторым подаренным дыханьем?..

В память о Л. М. Гурченко

Я помню, как больно, я помню, как остро
почувствовал время, когда
шли снимки актрисы «по датам», «по росту» —
как будто промчались года!..
Сначала она в «Карнавальной», с гитарой —
Певичка, Мордашка, Успех,
и вдруг в «Старых стенах» предстала усталой
задерганной женщиной... Всех
тогда убедила: пред нами — Актриса,
с народным талантом, судьбой,
а роль той сухой деловой директрисы
народ всколыхнула в застой.
Тогда развернулся с особою силой
её человеческий дар —
смеялись и плакали вместе с Людмилой
Воронеж, Уфа, Краснодар...
В «Пяти вечерах» она тихо шептала:
«Не надо нам только войны...» —
ещё ты роднее тогда, Люся, стала,
с той самой далёкой весны...

Цок-цок — играют каблучки,
мелькают ножки — просто чудо!..
Причёски, платья, юбочки —

откуда всё взялось, откуда!?!..
В каком угрюмом сундуке
хранилось это, укрывалось?
В каком далёком далеке
таилось это и скрывалось?..

По просохшим тропинкам памяти
я пойду напрямик в Вербохлёт
и увижу там грядочки мамины...
У забора доска внахлёт...
Посижу на крыльце высокоом
под невидимых птиц шумок,
распустившейся вербы локон
теребя... От костра дымок
поднимается ввысь зелёный —
мокрых веток лишь слышен всхлип —
между яблонь стволов белёных
под колодезной ручки скрип...

Бежим, торопимся — вспотели,
поговорили — полетели...
Мелькают станции и лица,
местечки, городки, столицы...
А что же жизнь? Где жизнь? Она —
в мгновеньях радостных итога,
она становится полна
по достижении порога.
Тогда, возможно, перед сном
или проснувшись среди ночи
себе ты скажешь: «Всё путём»
и утра нового захочешь.

...А что же счастье? Где оно?
Что называть мы можем счастьем?
То, что мелькнуло и прошло?
Что есть, но минет в одночасье?..
Напомнил запах что-то вам,
да так, что защемило сердце —
так было это счастье там
или теперь проникло в дверцу?..
Воспоминание, мгновенье —
вот счастье? Счастье лишь мираж?
Такой же яркий как витраж,
светящийся на отдаленье?..

И. Щёлоков

Роман без знака препинания

История одного замысла в стихах и дневниковых записях провинциального чиновника

Глава первая.

Затя

Из дневника:

4 августа 2000 года.

Перед обедом позвонила знакомая О.: «Лето заканчивается. И комаров уже — не как в июне: один-два на версту, и те с переломанными крыльями. Так что решайтесь, господин Номенклатурщик! Костер, шашлык и чудный запах дыма, — что еще надо для маленького человеческого счастья? В противном случае Дон может не выдержать вашего долгожданного обещания посетить его живописные берега: через неделю в студеные речные воды ступить будет проблематично».

Мне жутко некогда, и я бурчу в трубку маловразумительное что-то, вроде этого: «Запах дыма в декабре будет...».

Моя знакомая — из бывших комсомольских работниц, и сразу понимает, на что намекаю: «Ах да, выборы!.. Третья беда России... Гоголь про две писал, а мы теперь классика переплюнули... Скучные, кислые вы, мужики, и жизнь у вас ненормальная, точней, непутевая. Все потому, что не рожают и настоящую цену жизни не знаете. Это мы, бабы, всегда успевали и жить, и любить, и с «гоголевскими» бедами управлялись, и к третьей, вот увидишь, приноровимся!.. А некогда — оно так всегда...».

Как она права! Все-таки женщины мудрей, дальновидней нас.

Третий день в коридорах областной администрации переполох. Глава на пресс-конференции объявил: идет выбирать на второй срок, — и чиновничий муравейник закипел, заползал, зашумел. Хотя какая тут новость, и так всем было ясно: главные соперники — наш, действующий, и генерал УФСБ.

К сослуживцам в кабинеты хоть не заходи: ну, ты что думаешь? А что говорят?... и т.д. и т.п.

Чиновник средней руки с огромным стажем С. ликует: «Молодец наш! Давно бы так! С весны резину тянул: пойдет — не пойдет...».

Столоначальник из смежной структуры К. негодует: «Дурак! Отговорить некому... Да я каждую неделю в районах. Его там, не как четыре года назад, — не навидят... Ух, ослы! На смерть человека толкают».

Зам. зав. И., поправив очки, философски обобщивает ситуацию о неизбежности второго тура: «Клянусь! Я это печо-онкой чую».

А у меня в дни всеобщей кабинетной истерии свое. С прошлого четверга две строчки покоя не дают: «Когда-нибудь свободным стану // От суеты и должностей...». Смешно, стыдно, может, но что я могу с собой поделать?! Не скажешь ведь начальству: пошли

вы, у меня творческий подъем! Вот и киваешь в трубку: «Угу!.. Понял!.. Да!.. Хорошо!.. Бу-ут сделано!..». А сам — к черновику при первой возможности. Я и дома за стол усаживаюсь, как только мои улягутся.

1

*Когда-нибудь свободным стану
От суеты и должностей
И,
может,
наконец к роману
Я подступаюсь.
Из всех затей*

*И по профессии дипломной,
И по отметкам в трудовой,
Она мне кажется резонной
И наиболее родной.*

*Она за дружеской беседой
И в эксклюзивном интервью —
Уже заявка на победу
В еще не слаженном бою.*

*Затее этой небывалой
Не автор я
и не герой...*

*Она —
как в печке поддувало:
Попробуй,
только перекрой —*

*И ни огня тебе,
ни тяги,
Ни жара в комнате твоей,
Лишь дым,
пронырливый бродяга,
Из всех немислимых щелей*

*Повыползает,
словно шашель,
И нагло выставит на свет
И резь в глазах,
и в горле кашель, —
Конечный,
так сказать,
эффект.*

*Она пронзит тебя любовью,
Предъявит гамбургский свой счет
Почти забытой
в сердце болью*

И перепутает черед
И лет из молодости давней,
И новых дней,
 что у висков,
Как пульс,
 толкнутся в ожиданье
Иных,
 неведомых око

2

Чтоб равновесья не нарушить
И не внести разлада в строй,
Меня
 не принуждаю слушать
И слепо следовать за мной!

Я это долгое вступление
Для тех в душе моей берег,
С кем час заветного общенья
Уже оттягивать не мог.

Томить поклонников надеждой
И в сердце замысел таить
Небезопасно,
 небезгрешно
И очень глупо,
 может быть.

Мы значим многое,
 коль вместе!
Признать взаимность —
 разве грех?
Строка ко времени и к месту
Пусть не победа,
 не успех,

Зато она из уст соседа
Порхнет в уста других,
 как весть,
И будет тоже не победа,
Но что-то в том,
 признаться,
 есть!

3

Другое что могу я в жизни?!
Господь не дал торговца дар.
Идти в защитники Отчизны,
Хоть генералом даже,
 стар.

Годки —
 и те давно в отставке!
Попрятав кители в шкафы,
Они сегодня на гражданке
От Петербурга до Уфы

Кочуют в поисках работы
С предоставлением жилья
И от правительства

 ждут льготы,
Как состраданья
 от жулья.

Таков из Вологды полковник —
Мой одноклассник,
 лучший друг.
Таков всех уровней чиновник.
Таков ученый.
 И пастух.

И такова твоя родная,
С кем ты делил свою любовь,
В плену у чувств не созная,
Что все начать придется вновь.

Таков теперь артист из ТЮЗа,
Десантник,
 раненный в Чечне...
Мы все осколками Союза
Разбросаны в своей стране.

Глава вторая.

Точка

Из дневника:
8 августа 2000 года.

Два дня назад умер мой любимый поэт Ж., наш прославленный земляк. Откликнулись всего две газеты. Почти никак не отреагировал город с его огромной аудиторией почитателей исповедальной лирики. О власть предрежащих вообще не говорю. Они ненавидели его всегда, сделали все, чтобы поэт не стал Почетным гражданином города...

А, собственно, что это я заладил: они? А я? Я — не они разве? Лучше? Ой-ли! Их же — плоть от плоти, коль правила игры принял, повадками овладел.

Да, со школы люблю стихи Ж. Зачитывался ими. Многие знал наизусть. Девчонкам, бывало, нашептывал: «Две родинки, две отметинки // На груди у тебя, на плече...». С докладами о его творчестве выступал на научных студенческих кружках. Даже когда-то давным-давно, в годы комсомольской юности, моей знакомой О. под хмельком читал у костра на донском берегу... Ну и что из того?! Убаюкивать сейчас начну себя: ты, конечно, тоже чиновник, но не такой, у тебя вон и книжки выходят... А другой — классный рыбак, а третий — охотник... Хобби!

Ах, как красиво, благородно звучит: ты внутренне рвешься за этот круг. Рвешься! Но как бы понарош-ку. Натурально, физически — духу не хватит. И они не дадут! И обстоятельства вынудят. А там еще — жена, дочь, сын... Вот и крутишься как сработавшаяся шестеренка — с пробуксовкой, со скрежетом, но однозначно по функционально заданной траектории.

...О выборах сегодня молчу. Нигде не был, ни с кем ни о чем не говорил... Чиновник средней руки с огромным стажем С. в обл. Думе на парламентских слушаньях... Столоначальник из смежной структуры

К. опять укатил в район... Зам. зав. И., весь какой-то дерганный, нервный, звонил до обеда, но, правда, по сугубо личному делу...

...Продолжаю писать. Сплю уже часа по два-три. Усталости, правда, - ноль. И только какое-то чувство, что не успею к сроку (будто кто мне его определил!) и что нужно это обязательно сейчас или ни-ког-да! А что пишу, пока не понимаю.

1

Итак, вступление есть!

Но точку

Рука поставить не спешит,

Еще,

еще выводит строчку,

То негодует,

то смешит,

То философствует без дела,

То в сердце трогает струну

Таинственного предела,

Где,

не взирая на вину,

Демонстративно станут в позу,

Экспромтом выдадут скандал

И в состоянии психоза

Плеснут в лицо вина бокал,

А то прильнут

к устам устами,

Сольются в общий кровоток,

Чтоб не понять,

какой мы сами

Преподаем себе урок...

2

Чему удивиться?!

Жизнь сюжеты

Клепает круче,

чем роман,

Подчас не ставя точек...

В этом

Не главный замысла изъян!

Как угадать тут,

где начало,

Конец терзаниям творца,

И где начало вдруг кончалось,

Чтоб начинаться от конца?

Мудрено скручено,

но точно!

А точка будет,

как велит

Сюжет.

Ему за проволочку

Не буду ставить я на вид!

Ни малодушья нет,

ни дружбы

В такой лояльности моей.

Что взять с чиновника,

в ком служба -

Любого творчества важней?

Но при реалиях возможных,

В силках инструкций должностных

Одно тревожит безнадежно:

Как быть свободным мне от них?

И от параграфов контракта,

Где в каждом пункте -

в том и сём -

Лишен манёвра ты,

как трактор,

По брюху севший в чернозём.

Трудней при галстуке,

во фраке

Носить,

не пряча в блеск очков,

Лицо казенного служаки

И сочинителя стихов.

Но как тут выглядеть нормальным

И адекватным быть,

когда

Живешь в эпохе аномальной,

Где чувства - стыд,

где ум - беда;

Где ты во всем -

наполовину:

В любви,

в карьере

и в мечтах,

Захлестнут туго пуповиной

Сомнений,

вызревших в сердцах;

Где среди дней,

начальства,

строчек,

Жены,

детей

и прочих лиц

Твой мир безжалостно курочат,

Подобно плитам от гробниц?

Но куда уже не деться!

И мне сегодня

не судьба

Свое натруженное сердце

Отдать на вольные хлеба.

Привык я тут!

Среди интрижек,

В кругу зевак,

дельцов,

льстецов

*Я сам себя
частенько вижу
Таким же точно
с тех годов,*

*Когда по принципам партийным
И по советскому клише
Мою анкету в списке длинном
Отдали плавать в неглиже.*

*Не надувал я щёк,
но всё же
Микроб куриной слепоты
Во мне осел,
а после ожил,
Затем и вовсе стал на «ты».*

*И,
вбитый монолитной пробкой
В номенклатурный постамент,
Я не узрел,
что, как подлодку,
Нас волокло в пучину бед.*

*Задаться мне б тогда вопросом,
Зачем, куда и с кем плывём,
Но сердце
преданным матросом
Ушло под воду с кораблём.*

Глава третья.

Дни

Из дневника:
20 августа 2000 года.

Двенадцатого августа в Баренцевом море затонула атомная подлодка «Курск».

Вечерами лихорадочно шелкаю кнопками телевизора, ищу последние сообщения с места трагедии. На глазах выступают слезы. Больше, видимо, от жалости к ребятам. А может, от обиды за страну, за флот, за себя. Или просто от безысходности ситуации.

Гибель атомохода на время поубавила накал кабинетной трескотни о предстоящих выборах.

Чиновник средней руки с огромным стажем С. спешно мобилизован на помощь областной службе МЧС по формированию гуманитарного груза в Видяево.

Столоначальник из смежной структуры К. по неотложным делам вновь колесит по районам: не за горами копка свеклы, идет проверка готовности заводов к сезону сахароварения.

И только зам. зав. И. вроде бы тайком задействован на спецпоручении - составляет список близких к губернатору начальников из различных структур, чтобы под видом уполномоченных те негласно готовили почву в райцентрах под декабрьское политическое шоу.

Вчера с ним случайно столкнулся в столовой администрации. Без всякого умысла, больше для формы, спросил, чем тот занят. И. подозрительно ступешался, глазки забегали, заблестели, и, с усилием овладев собой, он нараспев, с чуть-чуть надменным выражением лица протянул: «Да та-ак, дельце есть!..» И вдруг резко склонился к моему уху: «А второй тур будет. Обязательно!» На странный пассаж коллеги я не нашелся что ответить. «Причем тут второй тур, вообще все эти выборы, когда с «Курском» творится непонятное?» - подумалось.

Наутро в одной из лояльных к губернатору газет прочитал интервью под симптоматичным заголовком «Трагедия «Курска» - наша боль. Пора делать выводы». В свойственной ему манере главный областной начальник пинал своих оппонентов. Цитирую: «... Десять лет разваливался экономический потенциал страны, разворовывались с помощью грабительской приватизации ее богатства, гробились Вооруженные Силы... И вот сегодня те, кто приложил к этому развалу максимум усилий, хотят взять политический реванш. Через подконтрольные им средства массовой информации они вбивают в головы мысль о том, что в трагедии виноват Президент, что он в трудный час не покинул место отдыха, что вообще мы не того главу государства выбрали и что курс у нас не тот...».

Теперь мне окончательно ясно: никогда одно (даже если это страшное событие!) не затмит другое, где на весах судьбы поставлены карьера, власть, положение в обществе с возможностью манипулировать человеческим настроением.

... О., видимо, обиделась. «Не пойму я вас, чиновников, - заявила на днях по телефону: - То выборы у вас круглый год - дрожите, то из-за подлодки нюни распускаете! Страшная беда - гибель «Курска». Но бесконечные выборы - бедствие для народа пострашнее. Страну вместо городов и сел на избирательные закутки поделили. Не сеем. Не пашем. Металл не льем. На что рассчитываем? Обещания крикунов с бюллетенями жрать будем? Куда ни ткнишь - одни новоявленные «христосики»! Вот он - я, голосуйте за меня: горы с места сдвину... Чего их двигать? Кому мешают? Ты что, на сто лет вперед выдвигаешься? Флоту бы лучше помог подлодки нормальные строить... Вместо дружбы и помощи - предательство, подкупы, компроматы. Вместо любви и сострадания - ложь и обман, зло и корысть... Гадко! Дико! Азиатщина!.. Гоголю наша беда в страшном сне не снилась...».

1

Вчера шел дождь.

Мне было грустно.

Дремал компьютера экран.

Открыл я,

было,

томик Пруса,

Но скучен читанный роман.

Не утолит седея древность

Сиюминутной жажды страсть,

В которой верность

либо ревность
Готовят сердцу втуне снасть.

Я весь из этих дней
текущих,
Из дождевых
литых прохлад,
То возвыщающе-гнетущих,
То гомонящих невпопад
На остановках,
у киосков,
В толпе под зонтиком цветным
С физиономией неброской,
Но с чем-то милым,
дорогим.

Они меня,
как мальчугана,
По лужам тащат при грозе
Сквозь дымку легкого тумана
В прибрежной лесополосе.

Мне дела нет до фараонов
И обольстительных цариц
С их беззастенчиво-фаворным
Обличьем ненасытных жриц.

У дней моих иная прелесть!
Люблю я то,
что есть сейчас:
И этот дождь,
и чью-то ересь
С телеэкранов в поздний час.

Люблю,
когда жена в отъезде -
Спокойно можно пить пиво.
Люблю,
когда сосед в подъезде
Щенку выносит молоко.

Дедок —
на пенсии лет двадцать,
Хватает дни беззубым ртом;
Ему пора б давно питаться
Таким же точно молоком,

А он еще на молодуху —
Вдову спецназовца
косит
И шепелявит мне на ухо:
«Ах, что за баба!
Динамит!»

2

Люблю я многое,
ей-богу,
Из наших дней,
из наших лет.
Люблю светло,

люблю убого,
Люблю - и все!
Какой секрет?!

Пока у дней моих есть выбор
Быть на слуху
и на виду,
Себя я чувствую,
как рыба
В глухом нетронutom пруду,
Вдали от оживленной трассы,
От браконьерских
тайных троп,
Чтоб жить раскованно и страстно
На стыке Азий и Европ,

На перекрестье дня и ночи,
В переплетенье ярких чувств
И ясных мыслей непорочных -
Родоначальников искусств;

Чтоб,
одногодков не ревнуя,
На мир глядеть из-под руки,
Где,
о насущном памятуя,
На службе собственной строки

Пером без страха бы водила
В графленных буднях естества
Неубывающая сила
Заквашенного мастерства

И где б душа творить не смела
Внутри империи своей
Очередного передела
Нажитой собственности дней.

3

А дождь...
Он шел,
стучал по стеклам,
Воображение томил.
И был мой замысел промоклый
Озябшим чуть,
но полным сил.

И не давал он мне покоя.
И дрему гнал к балкону,
прочь.

И,
как оружие какое,
Хватал я ручку
и всю ночь

Сражался с чистой страницей,
Не ставя точек в тех местах,
Где в пирсах глав и композиций
Мой день дышал на всех парах.

4

О чем роман?
Я сам не знаю!
Наверно зря наобещал!
Пока в уме перебираю
То букву «И»,
то букву «Щ».

Пока колеблюсь,
даже трушу,
Уже подумываю:
зря
Я в ситуации недлучшей
Нашел забаву для себя!

Зачем мне это?
Разве мало
Оклада,
чтоб спокойно жить,
В своих кругах хорошим малым,
Как все бывшие годы,
слыть?

И, может,
хватит приключений,
Их нынче столько за спиной,
Что из иных таких сражений
Я выходил едва живой?!

А разве втайне не сдавали
Из состоявших «при дворе»,
С кем мы из горлышка хлебали
В райцентрах водку на жаре?

Бывое здесь,
под сердцем, -
свято!
Подлодкой бухнулось на мель...
А с ним —
и пыл восьмидесятых,
И перестроенный наш хмель,

И боль редакторского груза,
И заказных статей вар!..
Тогда моя скучала Муза.
Зато резвился «Коммунар»*.

5

О чем роман —
гадать не смею!
Идея есть,
но смысла нет,
А будет смысл —
ее,
идею,
Под ручки выведут на свет.
Вопросов лишь,
прошу,
не надо -
Я теоретик небольшой.

Роман мой слизан,
как помада,
При поцелуе под луной.

Или листом вдоль тротуара
За подворотню пронесен,
Забился где-нибудь под тару
До лучших будущих времен.

Одна лишь мысль встает горою
На только начатом пути:
Кого же в главные герои
Успеть к утру произвести?

Глава четвертая.

Сон

Из дневника:
2 сентября 2000 года.

Несмотря на субботу, утром ходил к главе. Был у него не один, с редактором ведущей газеты области. Визит инициировался лично самим, никак не афишировался.

В кабинете было тепло и уютно. На главе ладно сидела белоснежная рубашка при дорогом золотисто-черном галстуке. Беседовал он с нами по-приятельски откровенно. Даже я, человек ему подчиненный, через минуту-другую раскрепостился и вел себя непринужденно. Надо отдать должное, наш шеф умеет расположить к себе собеседника.

«У меня сложилось впечатление, что Ф. самоустранился от работы с прессой, - проронил он между прочим. - А теперь каждый упущенный день подобен поражению. Схватка, сами видите, идет не шуточная. Хочу посоветоваться, как мне эффективнее использовать прессу на выборах».

И я, и редактор с оценками и советами не спешили, чтобы по торопливости не вляпаться в какую интригу. Оба знаем, что хозяин кабинета в подковёрной игре непревзойдённый мастер. А может, ему и не требовалась наша реакция. И упрек мимоходом в адрес зама скорее был ритуальным. Чем и смахивал то ли на реплику привыкшего в течение многих лет повелевать руководителя, то ли был незримым индикатором большой внутренней напряженности и усталости: ну вот, мол, и прессой самому нужно заниматься! А еще показалось, что в глубине души он так и не отыскал убедительных аргументов собственному выдвижению на новый срок. Болтают: засобирался на выборы больше из обиды на злополучное коллективное письмо 219-ти «уважаемых людей региона». Через СМИ они обратись к генералу контрразведки с просьбой выставить свою кандидатуру на губернатора и избавить, наконец, область от позорного звания — столица «красного пояса». Вот и прыгнул наш, как мальчишка с обрыва, в омут, а оказалось-то: рядом ни единой души, готовой протянуть руку... Почти десять лет руководил он областью и, конечно же, не предполагал массового исхода элиты: две трети из них были либо его ставленники, либо вос-

питанники. Выходит, предали...

На днях мой знакомый, близкий к главе человек, намекнул: шеф в узком кругу, за рюмкой водки, признался: мол, даже своих заместителей не может послать в районы «под выборы». А ведь на селе всегда жил главный электорат действующего губернатора!

И вообще тональность утреннего разговора только усиливала правоту уличных настроений: общество устало от лидера. Первыми это почуяли вчерашние соратники.

Так всегда бывает! Недаром говорят: заложить ближнего - святое дело...

1

Был из приемной голос:

«Срочно!

Вас губернатор просит быть».

Визит вне плана первой точкой,

Видать,

в сюжет пора вносить,

Пока никто в превратном свете

Не преподнес в недобрый час

На блюдечке из свежих сплетен

Задумки авторской алмаз.

2

Мир удивителен по части

Преображень тайны в явь,

Упрячь ее хоть в волчьей пасти,

Хоть за кордон с гонцом отправь!

Бывают дни:

в недоуменье

С кровати вскочишь,

поражен:

Явилось что тебе —

знаменье

Или обычный глупый сон

С круженьем образов нелепых,

Фантазмагорий и причуд?

В смятенье начинаешь слепо

Житейской логики приют

Искать загадочным виденьям,

Чтоб от досады и вины

Признать под вечер:

объясненью

Не поддаются наши сны!

3

Я человек не суеверный,

Но,

чтоб не сглазили роман,

Задумку берегу от скверны,

Пока мне свыше знак не дан.

Астрологическим прогнозом

И тайной сменой лунных фаз

До тика

или до невроза

Я не желал бы

даже раз

Себя за чтеньем «желтой прессы»

Вдруг довести

и целый день

Под прессом горестного стресса

Глазеть на мир,

как в роще пень.

Я даже в сон с присловьем «вещий»

С натяжкой верю иногда —

Когда угрюмо и зловеще

Ворвется в трещину беда,

Как в носовой отсек подлодки

Пучины гибельный поток,

Чтоб с кровью выдавить из глотки

Последний воздуха глоток.

4

Но быть тому,

что быть в нас должно!

Мы им сполна окружены.

Чиновник ты или художник —

Не снятся по заказу сны!

Мы в них живем,

смеемся,

плачем,

Вчерашних дней мгновенья длим,

Частенько ничего не значим

И лишь,

как в зеркало,

глядим,

И обнаруживаем сходство

С собой

без лести и прикрас:

Лиц напозаженных уродство,

И пустоту усталых глаз,

И бездну душ,

и скудость мысли,

И равнодушный стук сердец,

И не зализанной корысти

До крови колющий венец...

Мы видим сны и верим в чудо:

Светлы —

послал их, значит, Бог,

Черны, как ночь, —

быстрее будим

В сознание Бога,

чтоб помог.

5

Во мне не раз об этом думы

Рождали муку.

Я их гнал

*И тайный замысел угрюмо
В груди поглубже укрывал.*

*Был для меня мой сон не ясен
И,
с целью*

*не понять какой,
Меня младенцем брал из ясель
И направлял на путь земной.*

6

*И я бежал на зов приемной.
Приказ начальника —*

закон.

*Шел день к исходу утомленный.
Дымился в знойной мгле газон.*

*Стрижи носились над фонтаном,
До хруста клювы разодрав,
И брызги с возгласом гортанным
Хватали,
чтоб умчать стремглав.*

*Работал ум мой,
что компьютер,
Наскоком мысли брали сквер:
«Зачем?..*

*Нельзя ли было утром?..
А вдруг!..*

Не трусь!..

Не будет мер...

*А может, он для консультаций
По СМИ?..*

Иль чей-нибудь звонок?..»

*И в «дипломат» вплавились пальцы,
Как электроды в уголок.*

*А перед взором —
лица, лица...*

*И где то подлое лицо,
Что заложило сослуживца,
Сопроводив крутым словом?*

*Теперь уж точно дописали
К моим Ф.И.О. приставку «НЕ»,
Чтоб сдвинуть по горизонтали,
Измазав в собственном говне.*

*Я хорошо манеру эту
Усвоил;
с ней с тех пор знаком,
Когда в районную газету
Распределял меня обком.*

7

*Теперь чиновный век короткий —
Ушли советские года.
Успеешь разве выпить водки,
А дальше думай сам,
куда*

*По сводкам выборным итоги
Волну удачи понесут:
Или слегка промочат ноги,
Иль напрочь смоят,
будто тут*

*Ты не стоял ни дня в дозоре;
И подчиненный прежний твой,
Нос в нос столкнувшись в коридоре,
Вдруг резко став к тебе спиной,*

*Спешит шмыгнуть за дверь любую,
(А их здесь много на пути!)
Лишь бы в атаку лобовую
С тобою,
бывшим,
не идти...*

8

*Чего с избытком в службе нашей,
Так это подлости!..*

Я сам —

*Чиновник в звании,
со стажем —
Ее лакал не по годам,*

*Когда был изгнан и унижен
Без объяснений и причин,
Испачкан сплетнями,
как жижейей
С колхозной фермы,
и один*

*Без всякой помощи сторонней
На свет карабкался впотьмах,
С колен вставая на ладони,
А дальше —
в рост,
чтоб сделать шаг...*

*Здесь не нужны
твое умение,
Квалификация,
разряд
И в деле искреннее рвенье...
Как ни постыдно,
ты — снаряд:*

*Тобой таранят неугодных,
Тебя взрывают всякий раз
Под маркировкой благородных
Задач и целей в нужный час.*

*Открыл я эту тайну рано,
Когда впервые шел во власть
По приглашенью.
О романе
Не помышлял тогда и власть
На новом поприще трудился,
В заботах не считая дней.*

И зря,
 быть может,
 тяготился
Невоплощенностью идей.

Они терялись
 в папках где-то
Начальников...
 Каков с них спрос?
Ну что ж,
 и в этом для сюжета
Есть свой резон
 и свой вопрос!

9

Пока к главе на встречу мчался,
Хотел узреть взаимосвязь:
Каким он был,
 каким он стался,
Как поменяла душу власть?

Когда-то слыл он добрым парнем,
На подчиненных не орал
И аппарат
 хреновой псарней,
Как прежний тот,
 не обзывал.

Любил охоту,
 знал гармошку
И был по линии интриг
Ловчее,
 чем при ловле кошка
Мышей в местечках потайных.

С Чубайсом знался,
 как ни странно,
За что по партии друзья
В моменты сборов беспрестанно
Его клеймили почему зря.

И с Президентом препираться
Хватило в нем однажды сил,
Когда в Совете Федераций
Того с поста уйти просил.

Незаменим был для веселья
И шахматистом слыл
 (не вру!) -
Не сыщешь равных
 в Черноземье,
Чтоб хоть к ничьей свести игру...

10

Он предложил при встрече чаю.
И начал без обиняков:
- Послушай,
 я тебя ведь знаю
Почти десятка два годков.

Зачем же прёшь
 то вкривь, то вкось ты?
Не видишь,
 что ли,
 тем живых?

Нет сочинить
 про сенокос бы
Да про уборку зерновых...

Или еще подброшу темку:
Возьмись за авиазавод.
Сюда слетались Кириенко
И Черномырдин...
Только вот

Как был и есть гигант —
 проблема.
От слов премьерских —
 чистый пишик...
Вот это тема так уж тема -
Откусишь в ужасе язык.

А «красный пояс»?!
 А трансферты?!
В Кремле их режут пополам.
А с ВПК эксперименты?!
За эти темы все отдам!

Помеха делу —
 заморочки:
От них тоска
 бросает в дрожь.
Нужна не в этом месте
 точка,
Тут многоточий знаки
 сплошь!

11

На протяжении беседы
Он не давал мне рта раскрыть.
Мелькали темы
 и сюжеты,
И я не знал,
 как с ними быть.

Они в мой план первоначальный
Пытались втиснуться бочком,
Чтобы в пометке календарной
Совсем не выцвести потом,

Чтоб накануне новогодья
В корзину не швырнули б их,
Как перетертые поводья
С жеребьих холок молодых.

И выходил я из приемной
Со странным чувством,
 будто вдруг
Устал быть в замысел влюбленным,
Чтобы о нем поведать вслух.

*Вселялось в грудь мою смятенье:
Каким он должен быть,
роман?
И многоточьем многотемье
На свет тащило новый план.*

12

*Нет-нет,
сомнения не скрою,
Не утаю и не сокру,
Кого в заглавные герои
В конце концов я изберу

И быть каким он должен,
главный!
Лишь про себя шепну,
как вздор:
«Тактичный?
Умный?
Своенравный?..
Авантюрист?
Начетчик?
Вор?..»*

*А вдруг в провинции далекой,
В полтыще верст от стольных мест,
В обнимку с поиском глубоким
Тоска глухая грудь извест?*

*Кого тогда возьму с собою
В поход,
в разведку,
либо в бой?
Или в похмелье,
с перепоею
Шагну за угол у пивной?*

*Коль так, прощайте,
губернатор!..
В полночных бдениях над строкой,
Как настоящий гладиатор,
Не дам расправиться с собой!*

Глава пятая.

Сенокос

Из дневника:
7 сентября 2000 года.

На два дня уезжал в командировку в самые дальние южные районы. С дороги по мобильнику звякнул О. Извинился, что завернуть в райцентр даже на часок не смогу. «Сволочи вы, аппаратчики! — шутливо отреагировала она. — И мой такой же: доверенным лицом вашего губернатора вот назначили. Готов ночевать на работе — доверие это самое оправдывать. Прошу огород в выходной подготовить к вспашке — орет как бешеный».

Зато на обратном пути заехал к матери в село — повидаться. Не тут-то было! Калитка, дом, сарай, по-

гребка и все, что только можно, на замках и замочках, на щеколдах и запорах, проволочках и веревочках.

«Ишь ты, умник какой! — всегда кипятилась мать, когда я подтрунивал над ее природной страстью к замыканию. — Подальше положишь — поближе найдешь! Алкаши враз усё растаскают».

Через дорогу, в избе напротив, скрипнула дверь, и писклявый голос бабки Парашки, словно мяч, подпрыгивая на задубелых от жары колдобинах, перекатился через улицу: «Сынок, ты, што ль, родненький?! А я-то сослепу не пойму: хтой-то на «воронке» к Нюрочке появился... Дык она нонеча (кабы тебе не сбрыхнуть!) у райцентр первым рейсом умотала. К вухо-горло-носу».

Соседке давно за восемьдесят, вот и сидит она днями у окна, ничто мимо старческого глаза не проскользнет. Мать об этом знает, порой злится: «Око века какое-то!» Но ведь и польза, оказывается, есть от этого ока, как теперь!

Прежде чем уезжать, спустился по проулку в конец огорода, к речушке. Тихо тут, светло, просторно! Ни страстей городских, ни этих грубоватых закидочнов чиновника средней руки с огромным стажем С., ни нытья столоначальника из смежной структуры К., ни циничной зауши зам. зава И.

Кулушка невдалеке годы считает, как в детстве. Лысуха в камышах трескучим голосом округу донимает. И ивы вдоль извилистого берега. Большие стали, раскидистые, в настоящие деревья превратились...

Минуя терновник, прошелся по лужку. Какой он, оказывается, малюсенький, крохотулечка! С восстановлением плотины вода поднялась, поднаперла, и, будто пятась от подтопка, перебрался он повыше, аккуратно к огородам. А там, где раньше мы с дедом мураву косили, камыши стеной стоят, — такие и комбайном не возьмешь.

Поодаль, примостившись на покатои, рыжей от глины боковине плотины, мальчуган лет семи удит рыбу. «Здорово, мужик! — окликнул его. — Как клев?» «А-а, фигня! — поморщился тот. — Всего два карасика, вот такие», — и показал половинку своей чумазой ладошки. «А когда я маленький был, тут сазаны с руку водились», — поддразнил я его. «Пацаны говорят, что есть. А я вот ни ра-азу не видел», — будто пропел он с досадой и добавил: «Да и дядь Саша тоже говорит». «Ну ладно, удачи тебе! И расти большой...» — вдруг ни с того ни с сего свернул я беседу и быстро зашагал наверх: пора было возвращаться в город.

«Нет, какой маленький лут, а как много значил он в моей жизни!» — думал я.

1

*А сенокос,
пожалуй,
вспомню!
Пусть в общем замысле моем
Тоской по детству,
по Придонию
Живет,
не думая о том,*

Что на ближайшей встрече с Музой
Краев российских пилигрим
Рискует выглядеть обузой
Иль хуже —
выскачкой каким;

Что в маете концептуальной,
В повествовательной канве
Смотреться станет тривиальной
Допиской к авторской главе...

Зачем чинить себе расправу
И чьим-то вкусам потакать?
Имею полное я право
По ходу замысел менять!

Что за роман без отступления
От форм привычных
и от норм,
Коль рядом нет сопровождаенья
Из называющих реформ?

2

Мой сенокос —
моя планета,
С небес скользнувшая строка,
Ютится в краешке сюжета,
Не посягая на века.

Нет,
мне в пути не притомиться,
Не раствориться в пустяках,
Пока журчит,
журчит водица
В чистейших детства родниках!

Пока
из памяти туманной
Плывет желанный сенокос
Частицею элементарной
С орбит янтарных летних рос,

Пока
в округах пахнут травы
Звонящей свежестью косы, —
Душе
не сыщутся отравы
И яд от самой злой осы!

Пока
от трели соловьиной
Луна резвится в вишняке,
Для казни голову повинно
Мостить
мне рано
на пеньке!..

3

Мой сенокос —
сезон открытий.
На острие косы он нес

И боль трагических событий,
И горечь первых детских слез.

Мне было от роду двенадцать.
Отец погиб.

Нас мать одна
Растила.
Горю поддаваться —
Не в том характере она.

Стремилась выдюжить
и выжить,
Вселить уверенность в сынов,
Усталость в женском сердце выжгла,
Лишившись отдыха и снов.

Держала кур,
овец,
корову —
Под стать соседским мужикам.
Души крестьянскую основу
Вдыхала в души трем сынам.

И,
чтоб ослабить боль утраты
И облегчить чуть-чуть беду,
Я с ней учился на закате
Косить в проулке лебеду.

Коса ходила неуклюже,
Втыкала в кочки острый нос.
И я пугался,
что не сдюжу,
Не одолею сенокос.

А лебеда —
сплошные прутья.
С размаху бьешь —
стоит, крепка.
Как изловчиться,
рубануть бы
Под корешок наверняка?!

4

Мужая в этих тренировках,
Бросал украдкой жадный взгляд
На луг у речки.

Для сноровки
Мечтал пройти на нем свой ряд —

По шелковистой,
изумрудной,
По этой чудо-мураве,
Что завлекала поминутно,
Хмельно бродила в голове.

Там к берегам
сазаны спины
С антеннами из плавников,
Оставив быстрые стремнины,
Входили в камышовый кров

*И при явлении коротком
Вселяли веру в нас всерьез,
Что это —
мощные подлодки
Стеречь приплыли сенокос...*

*Мечтал,
чтоб юная соседка
Со мной делила мой успех
И укоряла бы не едко
За каждый маленький огрех,*

*Когда при встречах,
лунной ночью,
Под сенью старого крыльца,
Нас миг любви
вдруг вел на ощупь,
Чтоб слить в единый ритм сердца...*

*О, деревенские крылечки —
Влюбленных парочек приют!
Хранят усердно наши встречи
И никому не отдают.*

*Там жив
сердечный пыл:
и старших
Сестер и братьев,
пап и мам,
И всех последующих даже,
Тех,
кто пришел на смену нам...*

*От сенокоса к сенокосу
Крылечки свято берегут
Суть философского вопроса:
Зачем мы здесь
и кто мы тут?*

5

*И вот он —
день братанья с лугом!
Наставник самый главный —
дед
Для узнавания друг друга
Мне выдал на покос билет.*

*Спокойно,
царство лягушачье,
Стрекозья шустрая страна!
Стараться буду
не мешать вам
Кружить и прыгать дотемна.*

*Ждет впереди большое дело
И стариковский цепкий взгляд
С ворчаньем:
«Выше локоть левый!»
Веди,
веди его назад!*

*Не гнись!
Зачем горбатишь спину?
Ну,
прямо вылитый горшок...
Начни я так —
косы не сдвину
На самый махонький вершок...»*

6

*Простые дедовы советы —
С ехидцей,
с шуткой,
с блеском глаз —
Вели по жизни
как сюжеты
И выручали всякий раз.
И в лютый год,
и в миг ужасный
Всегда я слышал за спиной:
«Ну,
что горбатишься напрасно?!
Держи повыше локоть свой!».*

Глава шестая.

Тропа

Из дневника:
18 октября 2000 года.

Сегодня поцапались с зам. главой Ф. Никогда его таким не видел! Всегда сдержанный, хоть и часто ироничный, вдруг стал на нас орать: «Пора определяться!.. Вам что ни поручи - на корню зарубите! Не умеете - увольняйтесь!» Глаза кровью налились. А когда рыкнул: «Вам коров на колхозной ферме убирать доверить нельзя!» - пресс-секретарша ринулась в контратаку. Тут и мы с начальником информационно-аналитического управления осмелели и кинулись ей на подмогу. Стихийная схватка лишней раз подтвердила, что с нашей стороны никакой целенаправленной работы по выборам нет. Сплошная фикция и амбиции!

Не успел прийти к себе, позвонила О.. Она была явно в хорошем настроении: «Золотая осень, господин Номенклатурщик!.. Была вчера в лесничестве — чудо: всюду опавшая листва, паутинки с ветки на ветку, как серебряные нити от сердца к сердцу... Ну выкинь ты эти выборы из головы! Работа, работа... Скучно! Пошло!.. Я тебя завтра жду!» И бросила трубку. Может, таким образом надеялась спровоцировать меня на поездку в гости. Может, даже была уверена, что следом перезвоню. Но я этого не сделал — опаздывал: через 20 минут в редакции одной из газет встреча главы с журналистами.

...Телевидение «мочит» нашего по всей программе. Из пяти вечерних передач в самое смотримое время четыре - уничижительная критика в адрес действующей команды, обвинения в полной некомпете-

тентности и неумении управлять областью.

Где ни бываешь, только и разговоров: «А ты видел вчера по телеку? Нет?! Ну, ты, я тебе скажу, много потерял!.. Оказывается...» - и пошел пересказ эфирной мути...

Наивен русский человек! Бьют его веками, обманывают, пичкают брехней, - все равно верит. До пены у рта будет первому встречному доказывать, что это так и есть.

Чиновник средней руки с огромным стажем С. выражений не подбирает: «Гады! Я этих тележурналигов собственными руками бы давил... Чего наш терпит? Неужто управу не найдет?».

Столоначальник из смежной структуры К. ехидничает: «По хорошо информированным источникам, к шефу председатель телекомпании позавчера навёдывался. Водку пили. Два часа квасили. На прощанье, поговаривают, целовались...».

Зам. зав. И., почесывая вальяжно подбородок, сакраментально резюмирует: «Извивы кадровой политики партии непредсказуемы, батенька!.. Хотя полностью отрицать второй тур будет крайне опрометчиво!».

...Пишу по-прежнему жадно. Может, это компенсация за моральные издержки на работе?

Читал отрывки знакомому писателю Б.. Тот одобрил. Форма понравилась. Кажется, и главные герои наконец обрисовались. В их числе, конечно же, наш непотопляемый отечественный чиновник. Сколько их, Его Величества Государства подданных, по всей великой матушке России! И у каждого своя стезя...

1

Как ни светлы мгновенья детства,
Как ни целительны для ран
Душевных,

в их тепле погреться
Сюжет претит!

И в мой роман

Они,
как крохотные гирьки,
На чашу замысла легли
Без умысла

и без придирки,
С одной лишь целью,
чтоб могли

Уравновесить построенье
В ранжире глав,
в шеренгах строк
Орбит высоких вдохновенья
И смысла здравого виток.

2

Мой сенокос был мне тропинкой
В большую жизнь.

Она вела
И разжималась,
как пружинка,
И за окраиной села,

С глухой обочины проселка
И с пыльной тверди большака,
Взмывала жаворонком звонким
Под голубые облака.

То в переполненный автобус
Ломилась —
видеть белый свет,
Судьбы раскручивая глобус,
Как нескончаемый сюжет.

То от причала альма-матер
С названием звучным
«ВГУ»
Бесстрашно правила фарватер
В филологическую мгу

И,
пересытив душу чтеньем
Великих классиков,
себя
Самовлюбленным поколеньем
Преподносила,
не терпя

Литературного контроля
Со стороны иных особ,
Чьи
незавидной службы доля,
Высокомерно-громкий соп

И в пальцах карандаш точеный
Страшней бывали
партбюро
Талантам новоиспеченным,
Посмевающим в руки взять перо.

3

Она стыда тогда не знала!
Губ пересохших
жалкий стон
На сцену актового зала
Несла легко под микрофон,

Чтоб из динамиков неброских
В неудержимости шальной
Средь знаменитостей московских
И местной публики хмельной

В сто крат усиленная строчка
Селила б в людный полумрак
Благорассудство
мирной точки
И восклицанья
буйный знак!..

4

Тропинок давних неуместность —
Сродни веревочке в клубке:

То выплывают на поверхность,
То исчезают вглубоке.

И редко чьи потом способны
Неподалеку от клубка
Стать узнаваемы особо
По отпечаткам каблук,

Чтоб сладострастно упиваться
Персоной собственной;
она
Добычею для папарацци
Служить была бы не годна:

Не тот размах,
не та фигура
И статус -
видно, что не тот...
Кому охота полной дурой
Под вспышки лезть,
разинув рот?!

Таков удел любой дороги!
Лишь стоит за угол свернуть -
Осядет пылью понемногу,
Припорошит:
и жизни суть,

И гвалт начальственных приемных,
Честолюбивых клерков страх
Со скрипом кресел неподъемных,
С мобильниками в поясах;

И схроны
тайных микрофонов
Да скрытых камер в чреве бань,
Где новорусские Афони
Хмельно ласкают голых Мань;

И роскошь еврокабинетов,
Где под процент
или под мат
По сейфам прячут для сюжетов
Приобретенный компромат...

5

Как не вскричать тут:
все от Бога!
Ценить никто не перестал
Судьбу!
Трудна ее дорога,
Чтоб всех тащить на пьедестал...

Я не могу сказать,
чтоб часто,
Но иногда мне с ней везло.
О,
как зашкаливало счастье,
Чуть к пьедесталу не несло!

Душа не ведала покоя,

Ум сторонился суеты...
Жаль,
состояние такое
Легко проходит:
как мечты,

Как та,
стремительно - шальная,
Святая первая любовь,
Что огорчает,
возвышая,
Не возвращаясь в сердце вновь:

Ни юным образом
наивным
Кудряшек
из восьмого «А»,
Ни той,
что около плотины
Жила в другом конце села.

Не к ней ли вечерами,
молод
И страстью
вдохновен до слез,
Шел на свиданье в лютый холод,
Шел,
обморозив уши,
нос?

Шел,
но не в валенках громоздких,
В ботинках,
с бляхой на ремне
Армейской,
выглядеть
чтоб взрослым
И респектабельным вполне.

Шел,
вместо шапки из овчины
Напялив кепку с козырьком,
Из-под которой уши чинно
Торчали —
выюга нипочём!

Шел,
игнорируя протесты,
Упреки мамыны:
«Жених!
Простуду,
что ль,
из-за невесты
Схватить надумал?
Больно лих!..»

Шел к долгожданному:
«Любимый!»
Шел к вечному:
«Хочу тебя!..»
Шел с верой непоколебимой:

Любовь не кончится моя...

*То состояние тумана
Безумству сладкому сродни
В сюжете нового романа,
Где все —
 любовь,
 где мы — одни,*

*Где за зимой — весна;
 на зорьке*

*И сенокос,
 и душный мрак...
Продлить бы все...
 Да вот ведь только
Не продлевается никак!*

*И сколько б память не дышала
Росистым хмелем синевы,
И у косы тупится жало
От шелковистой муравы.*

Глава седьмая.

Диагноз

Из дневника:

21 ноября 2000 года.

Вчера встретился собкор Е. «Есть важная информация для тебя, - сказал. - Подходи к Т. (владелец небольшой фирмы)». Жена запричитала: «Куда на ночь глядя! Ну что он тебе скажет!.. И когда это кончится?!».

Но я пошел!

Пока снимал в коридорчике куртку, успел уловить интонации знакомого голоса. Вне всякого сомнения, это был наш самый философический аппаратчик зам. зав И. «Мужики! Погодите, мужики! - неслось из-за двери. - Я вам ответственно заявляю: второй тур по логике и при столь длительном сидении нашего многонеуважаемого губернатора на первых ролях в области должен был бы быть! Но сейчас я не верю! Все свершится сразу, мужики! Вот увидите!».

«Ага, туда же!» - ухмыльнулся я и резко распахнул дверь к голосам.

«О-о! Кого вижу! - прокричал еще громче И. - Водка? Коньяк?» Я помялся: пить, честно, не хотелось. «Да ладно, старик! - не унимался зам. зав. - Скоро все закончится. Второй тур, о котором так долго говорили большевики... сам понимаешь, пшик!.. И вообще чем дольше агония, тем невыносимее... А у нас, старик, семьи, дети... Извини, их кормить надо... Пусть наш шеф нам простит... Шансов у него все равно не-ету! Я тебе ответственно заявляю!».

Заправлял застольем светло-русый, аккуратно стриженный молодой человек крепкого телосложения. «Столичный пиарщик», - заранее предупредил меня собкор. Стаканы в мгновение ока наполнялись горячительным содержимым. Тосты были эффектны и уместно ложились в сценарий ситуации. Пока собеседники опорожняли очередные порции зелья и

все больше хмелели, незнакомец склонился ко мне: «Генерал оценит вас, если не будете мешать через районные газеты...» Без раздражения, равнодушно заметил ему: «Есть закон о выборах! Они им и руководствуются».

Позже, через пару дней, звонил один из близких мне редакторов «районки» и шепотом предупреждал: «Под тебя копают... Компромат ищут... Извини, в случае чего, я тебе не звонил...» Я поблагодарил его и рассмеялся: мелко все! Когда-то человек, которого сегодня предадут, унижают, оплевывают все, кому ни лень, протянул мне руку сотрудничества. Не посмотрел, что в начале 90-х я его часто критиковал со страниц «молодежки». Должны же мы хоть иногда быть порядочными по отношению друг к другу?! К себе! К своей работе! Ко времени, в котором живем!

Права-таки О.! Все — суeta и пошлость! Золотой лист в осеннем лесу значит куда больше всего этого мелкого, продажного мельтешения...

О. теперь наверняка и меня презирает, чопорного, трусливого червяка-столовладельца, у кого давно — не душа, а стопка ненужных, сцепленных между собой скрепками планов и мероприятий.

В разгоряченную спиртным минуту в офисе владельца небольшой фирмы Т. я, было, уже намерился схватить телефонную трубку, набрать ее домашний номер и чумным голосом самца протрубить: «Завтра!.. Я приеду завтра!» Но тут зам. зав И. окликнул меня, и внутри что-то, как клубок цементной пыли под неосторожным движением лопаты, грузно и разом осело на ворох тронутый первым морозцем листвы. «Дурак! — дошло до меня. — Звонить знакомой женщине домой, где муж, дети...».

1

*Пора заканчивать прогулку
От той главы*

к главе другой.

*Уже ноябрь по переулку
С метелью водится порой.*

Уже вот-вот,

не за горами,

Иных сюжетов сквозняки

Поволокут над головами

Баталий выборов дымки.

Трубит грядущее столетье,

Несет ладонь под козырек...

Что будет в завтрашнем сюжете,

Мне,

если честно,

невдомек.

2

Прости мне замысел мой трудный,

Читатель —

главный мой герой!

Жжет стыд в груди моей подспудно

За преждевременный отбой.

Себя взять в руки был не в силах.
В висках —

не пульс,

а чехарда

Хмельной девицей веселилась,
Звала неведомо куда.

Бежал, бежал за ней,
теряя
Свой пылкий разум в гуще дней,
Порой себя не понимая
И самых преданных друзей.

Не отрезвлял от помутнения
Суровых будней нашатырь.
Был каждый день —
как день рожденья!
И каждый миг —
как поводья!

Но там,
где все казалось прочно
И ладно скроено,
к утру
Опять вымарывал я точку...
Я и теперь ее сотру!

Роман без знака препинанья —
Не лучший,
может,
вариант,
Зато готовое название
И повод выпить за талант.

И за любовь,
за ту,
слеую,
Что - от тебя же
ни на шаг! -
Плела сюжет напропалую,
Как нить иллюзий
классный маг,

Чтоб мог я дальше
жить надеждой,
Места укромные искать,
Где этой точке неизбежной
По сути
надобно стоять.

3

Давай,
читатель,
без обиды
Договоримся тет-а-тет
На мой роман оставить виды
До лучших дней,
до прочих лет.

Вдруг жизнь таких еще сюжетов

Подкинет

щедро нам -

сам черт

Сломает голову при этом
И в кучу их не соберет.

Уж лучшие б
женщина-подруга
Явила жалость
и меня
Взялась бы выволить из круга
Нас поглотившего вранья.

И привела бы снова в чувства,
И оживила к будням вкус,
Ведь в этом —
высшее искусство
Из всех известных нам искусств!

Раз так,
зачем сюжет и точка,
Носиться с ними день-деньской?
Даю им временно отсрочку,
Пока
не вышел возраст мой,

Пока
тружусь,
не мера силы
И пульс с давлением у врача,
Пока
звучит во мне Россия
Хрустальной музыкой ручья...

Сполна водил тебя по сходням
Своей затеи —
сам устал.
И будней наших преисподню
Почти в натуре показал.

Но признаюсь:
не ставил цели
Чернить,
порочить,
клеветать.

Кто я такой на самом деле,
Чтобы судить и поучать?

Привык я жить со всеми в мире,
Не быть глупей,
не быть умней.

В моем чиновничьем мундире
Удобней так мне и честней:

Не жмет в плечах,
не тянут полы

И рукава —
точь-в-точь по мне,
Типичный представитель школы,
Где только классика в цене.

И пусть не все оценят выбор,
Он мой и мне нужней всего!
Из прочих дней я напроочь выбыл,
Хоть сам не знаю,
для чего.

При самомненье непомерном
И слаб,
и жалок человек,
Чтоб выдать дню
диагноз верный,
Не говоря уже про век.

Пускай потомки ставят точку,
Коль сыщут днем ее с огнем!
Романа нет...
А был ведь точно!
Мы даже выросли при нем.

Мы даже шли к нему в герои,
Смеялись,
плакали,
блюли,
И что-то рушили,
как Трою,
И сор в углы его мели...

Всего,
увы,
не перечислить.
Не нужно это никому!
Роман
по чувству и по мысли
Подвластен Богу одному.

Сюжет мой проще и короче,
Без наворотов,
подоплек.
Беру в основу многоточье...
Хороший знак!
В нем все:
намек,
И недосказанность,
и удаль,
Свободы ширь,
и страсти глубь, -
Туда несет тебя,
оттуда ль
Иль поцелуем рвет из губ...

Иного выхода не мыслю,
Соблазном сладеньким не лыщусь.
Что будет это —
компромисс ли,
Победа —
предсказать не тцусь!
Бокал вина давно осушен.
В припасе только лишь вода.
Не виноват!
Хотел,
как лучше,

А получилось
как всегда!

4

Прощай,
читатель мой любезный!
Сегодня время —
дефицит.
На службе,
в должности известной,
При «Волге» цвета «антрацит»

С шофером около подъезда,
Сказать всего не мог,
не смел...
Опять готовлюсь вот к отъезду
Для выполнения срочных дел!

Глава восьмая.

Выбор

Из дневника:
24 декабря 2000 года.

Без четверти полночь. Только что возвратился из района. Был уполномоченным от облизбиркома.

Весь день жутко болела голова. Не помогли ни таблетки, ни водка. Время тянулось, будто кто внутри тебя специально с жестоким злорадством длит тягостное предчувствие поражения.

В начале десятого вечера наш звонил районному главе, интересовался первыми результатами подсчета. С завидной аппаратной изворотливостью тот убеждал: «Все будет нормально!.. Только-только все началось... О тенденции говорить рано...» Но мы-то уже знали о данных голосования по 10-12 участкам! Тенденция там такая-я!!!

Минут через пять был еще один звонок по «вертушке». Глава района мгновенно поменял тон. Отвечал бодро, четко, уверенно, почти по-военному. «Все идет по плану!» - заключил он и с облегчением положил трубку. По выражению глаз нетрудно было догадаться: звонил ге-не-рал!

Оставаться до окончательного подсчета голосов не имело смысла. Хорошо, что район - пригородный, до дома минут сорок езды; и я быстренько прервал миссию уполномоченного.

Ехали с водителем молча. Думалось не столько о бесславном завершении карьеры областного чиновника, сколько о чем-то отвлеченном, совершенно далеком от состоявшегося события. В голове, словно снежинка в свете фар за лобовым стеклом, крутилась невесть откуда сошедшая строчка: «Человек, уставший от внимания...». Крутилась так навязчиво, что я невольно увлекся, как бы включился в игру - сочинял!

При въезде в город, на посту ГИБДД, нас тормознули. Долго проверяли документы водителя. Мордастый инспектор с ухмылкой поинтересовался: «Твой-то, небось, лыка не вяжет?!». Я едва сдержался, чтобы

не ответить на хамство. Прежде автомобили с номерами администрации области «гаишники» без крайней нужды не останавливали. Неужели уже поступила команда на «отлов» бывших управленцев? Так быстро, не дожидаясь формальностей по передаче ключей от главного кабинета области?..

Стихотворение досочинилось уже дома. О ком оно? О проигравшем губернаторе? О себе самом? А может, о нас всех? Позвонить бы О. и почитать, чтобы оценила: она это умеет великолепно, но разве такое возможно!

Кстати, вот это стихотворение:

*Человек, уставший от вниманья,
С первым светом в утренней избе
Топит печь; и дым воспоминанья,
Гулко пробираясь по трубе,
В небеса клубит, не затмевая
Дней прожитых в огненных зрачках,
Жарким треском углей выжигая
Тишины абсурдной боль и страх.*

*Человек, уставший от вниманья,
Чистит снег к калитке от крыльца
Резво так, как будто на свиданье
Кличут, как когда-то, молодца.
Кормит птиц на стелых зимних ветках,
Ходит в лес, где хвоею сосна
Лечит грусть надёжнее таблетки,
Ум пьянит искуснее вина.*

*Человек, уставший от вниманья,
От предательства, сплетен и интриг,
Лечится осознанным молчаньем
И неспешным чтеньем умных книг.
Курит трубку мира и покоя,
Страхивая пепел суеты
В плошки из-под розы и левкоя,
И разводит новые цветы.*

*Человек, уставший от вниманья,
Сам готовит завтрак и обед,
Верит снам и в чудо покаянья,
В скоротечность славы и побед.
Неохотно думает о вечном, -*

*Вечное же дымом сквозным
Ввысь стремится, чтобы в бесконечном
Рассосаться облаком седым.*

Глава девятая.

P.S. (Постскрипtum)

Из дневника:

2 марта 2001 года.

Нас до сих пор не увольняют. Слухи ходят: не до «бывших» - в разгаре выборы депутатов областного Законодательного собрания и городской Думы. Если что и прояснится, то не раньше конца марта — начала апреля.

...Позвонила О. По голосу чувствовалось: она чем-то сильно расстроена. Сколько ее знаю, всегда иронична, тут же, хоть и попыталась скрыть свое неважное настроение за эпатажной манерой разговора, а получилось вяло и невыразительно: «У нас, конечно, красотища необыкновенная! Лыжня с крутояров — прелесть. Толпы отдыхающих... Но я тебя, увы, не приглашаю». И после некоторого молчания с горечью выдохнула: «Переезжаем...». Назвала населенный пункт в соседней области. «Моего после выборов с должности выгнали, - продолжила она. - А там недавно мама умерла, хороший дом остался с огородом - жалко продавать. По железной дороге до Москвы пять часов езды... Мужа уговорила: мол, спокойней будет... - И вдруг как выпалила: - Спасибо тебе за все! Даже за то, что так и не соизволил минувшим летом и по осени приехать. Когда-нибудь обязательно напишешь: «По окончании выборов телефонный роман с ней нежданно прервался. Удивительным, странным был он. Можно сказать, отзвучал в трубку — как строка за строкой, без всякого знака препинания...». При последних словах я кожей ощутил на себе колючий взгляд ее карих глаз, зримо представил, как резко при этом взмахнула она головой, и в сторону легко и дерзко отлетел туго увязанный жгут золотистых крашенных волос. «Вот видишь, пришел и мой бабий час с третьей российской бедой потягаться!» - попрощалась она.

2000-2002

