

ББК 76
А 38

Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати



НОВОЕ
В МАССОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ

АЛЬМАНАХ

Выпуск 5-6 (108-109)

Редакционная
коллегия:

В.В. Тулугов —
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 — 2012

Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА <i>В. Тулугов</i> СМИ и проблемы образования.....	3
В НАЧАЛЕ НОМЕРА <i>Г. Жирков</i> Энциклопедия региональной печати	5
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ <i>А. Прытков</i> Сходство кваллоидов и вечерних газет	14
<i>С. Страшнов</i> Литературоцентризм и медиатизация	17
<i>М. Чулюкина</i> От рукописного дневника до блога: эволюция жанра	21
ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ <i>М. Толстунова</i> Нижегородская дореволюционная деловая пресса и власть	24
ЮБИЛЕИ 95-летие газеты «Коммуна».....	31
RELGA с золотым знаком	52
МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ <i>Р. Баканов</i> Преподавание дисциплины «Медийная критика» в условиях конвергентной журналистики	56
СООБЩЕНИЯ	64
СТУДЕНЧЕСКИЙ ОПЫТ <i>Е. Песков</i> Особенности современной анимации	67
РЕКЛАМА И PR <i>Е. Красова</i> Модели потребительского поведения воронежских студентов.....	70
ЛИТЕРАТУРА <i>Т. Лебедева</i> В дружбе с пером и кистью	79
НОВЫЕ КНИГИ.....	87
ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ	90

Content

EDITORIAL

V. Tulupov

Mass media and education problems3

IN THE BEGINNING

G. Zhirkov

Encyclopedia of regional press5

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

A. Prytkov

Resemblance of qualoids and evening papers14

S. Strashov

Literature- centism and mediatisation17

M. Chulyukina

From hand-written diary to blog: genre evolution21

HISTORY OF JOURNALISM

M. Tolstunova

Nizhny Novgorod business press and government before Revolution24

JUBILEE

95-th anniversary of “Communa”31

RELGA with golden sign52

METHODIC PART

R. Bakanov

Teaching discipline “Media criticism” in conditions of convergent journalism56

MESSAGES64

STUDENT EXPERIENCE

E. Peskov

Peculiarities of modern animation67

ADVERTISING AND PR

Y. Krasova

Models of Voronezh students consumption behavior70

LITERATURE

T. Lebedeva

In friendship between quill and brush79

NEW BOOKS87

WORKS OF COLLEAGUES90

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

СМИ и проблемы образования

Сегодня российская система образования находится в процессе реформы: ведь изменилась сама среда, в которой она функционирует, современная экономика предъявляет новые требования к специалистам, рождается новый спрос на качество подготовки, меняются представления о формах и методах передачи знаний. Ясно осознавая это, всё же хочется напомнить и об опасности, которую таит негативная тенденция автоматического переноса зарубежного опыта на отечественную почву без учета достижений российского образования. Думается, именно в объективном – многоплановом, историческом – взгляде на современные проблемы ВПО, помогающем их своевременному решению, и заключается роль средств массовой информации. СМИ – это та площадка, на которой должен вестись коллективный поиск оптимального пути. И такая площадка – особенно если брать во внимание интернет-ресурсы – существует. Жаль только, что понятие эффективности и действенности сегодня не является актуальным. То есть свобода высказываний реально наличествует – реакция лиц и институтов, от которых зависит решение, отсутствует..

Мир переживает изменения общественно-экономических формаций; понятие «переходная страна», видимо, относится и к России, что не может не отражаться практически на всех социальных сферах, в том числе сфере образования. Отсюда – проблема выбора пути. Либо качественное образование для избранных, для элиты и массовое облегченное – для большинства; либо всеобщее системное обучение, ступени которого (школа – училище – техникум – вуз – послевузовская подготовка) так тесно взаимосвязаны, что позволяют поднять уровень образования в целом, реально ориентируя его на потребности науки и производства. Кстати, вот что сказал по поводу новой элиты бывший пресс-секретарь президента Б. Ельцина, а ныне директор аналитического центра «Аргументы и Факты» Вячеслав Костиков: «Пришедшая на смену советской интеллигенции «буржуазная элита» пока не способна предложить населению и стране те ценности, опираясь на которые, люди могли бы воспитывать детей, сплести семейные узы, строить отношения друг с другом и с властью.

Пока, кроме погони за чистоганом, за удовольствиями без берегов, за избыточным потреблением, кроме апологии насилия и успеха любой ценой, другого идеологического продукта стране не предъявлено».

Таким образом, необходимо определиться с философией образовательной парадигмы высшей школы, с её генеральной задачей. Кого мы будем готовить: культурного, широко образованного человека, способного легко адаптироваться в специализированной среде (сочетание фундаментального и прикладного подходов), или человека, получившего набор сведений о будущей – достаточно узкой – профессиональной отрасли (сугубо прикладной подход)? С кем

легче будет работодателю – с выпускником, обладающим широким кругозором и мировоззрением, обладающим базовыми знаниями, первыми навыками, умениями, которые фирма будет развивать с учётом специфики своей деятельности, или с выпускником, подготовленным для деятельности в достаточно узком профессиональном коридоре? Для кого мы прежде всего готовим будущих специалистов – для России или для заграницы?

Конъюнктура рынка услуг в России также имеет своеобразный характер. Огромное количество негосударственных образовательных учреждений привело к резкому снижению уровня подготовленности выпускников, к дисбалансу специальностей. В стране явный переизбыток юристов и экономистов, но поскольку эти профессии наиболее востребованы населением, вузы продолжают сохранять на них большие цифры приема. И прежде всего – коммерческого набора, позволяющего формировать необходимый внебюджетный фонд, без которого в нынешних условиях не сможет функционировать ни один государственный вуз. Здесь сразу же возникает проблема маркетинга и менеджмента, пока еще слабо освоенного вузами. Специфика этой деятельности в вузе заключается в ее социальной направленности (потребитель услуг вуза ориентирован на удовлетворение потребности в получении знаний, на повышение своего жизненного статуса) и должна осуществляться по двум основным направлениям: рекламирование образовательных услуг и связи с общественностью (PR).

Одним из ключевых понятий PR является репутация, которая воспринимается на всех уровнях взаимодействия системы образования как социального института – с населением, властью, отраслями производства, другими социальными институтами. И не только воспринимается, но и оценивается с точки зрения миссии, принципиальности позиции, профессионализма и др. Репутация конкретного вуза как бы складывается из репутаций учредителя, руководства вуза и его отдельных подразделений, наконец, репутаций отдельных преподавателей и ученых.

От того, как воспринимается система российского образования в мире, в стране, каков его имидж, зависит ее настоящее и будущее. Если общество высоко оценивает не только роль, но и заслуги образования, то выдаёт ему кредит доверия, стимулируя обучение молодого поколения, голосуя за школьное, за среднее и высшее профессиональное образование.

Несмотря на то, что россияне традиционно признают важность образования (что и поддерживает систему в целом), в переходный период государство не уделяло должного внимания данному социальному институту. И прежде всего – школе. Следует изменить ситуацию так, чтобы в неё пошли лучшие выпускники-педагоги, чтобы в ней появились педагоги-мужчины, чтобы директора школ не ломали голову, где найти де-

нег на ремонт и на развитие материально-технической базы. Это означает, что необходимо установить учителям достойную заработную плату и сделать финансирование школ соответствующим требованиям времени. Это означает, что пора вернуть престиж профессии учителя (Учителя!). Ибо не будет нормальной школы — не будет нормального будущего у страны (то же самое, кстати, можно сказать и в отношении профтехучилищ, техникумов и вузов). То есть речь — о подлинной форме образования, а не о введении, например, всего лишь одного из инструментов оценки знаний, каким является, например, единый государственный экзамен.

В этой связи приведем высказывание президента Всероссийского Фонда Образования, сопредседателя общественного движения «Образование для всех», доктора педагогических и философских наук, академика, профессора С.К. Комкова, прозвучавшее в пресс-центре газеты «Аргументы недели»: «...мы сегодня пришли, мы сегодня фактически перевели российскую фундаментальную классическую систему образования на американские прикладные рельсы. Но самое интересное заключается в том, что американцы от этой системы начали уходить. Они поняли, что много лет они шли совершенно ложным путем, и то, что они создали, может привести в конечном итоге к крушению нации. Первым это очень серьезно высказал Билл Гейтс, великий американец, к которому я отношусь с большим уважением, потому что все свои богатства, в отличие от наших нуворишей и олигархов, он создал не за счёт воровства, не за счёт кражи государственной собственности, а за счет своего собственного интеллекта и работы своих помощников, которые помогли этот интеллектуальный продукт создавать. Билл Гейтс первым озвучил эту мысль еще в 2005 году, когда заявил на конгрессе губернаторов по вопросам образования США, что если мы немедленно не покончим с тестовой системой оценки знаний, то вся американская нация превратится в пустых болванчиков и мы, в конечном итоге, полностью потеряем нацию. Американская администрация Буша тогда не пожелала прислушиваться к его словам, но пришел новый президент Барак Обама, и первым шагом, который он сделал, вступив в должность президента, — через несколько месяцев он отменил итоговые тестовые экзамены во всех школах Америки. Сегодня в американских школах нет итоговых тестовых экзаменов. Более того, Обама затребовал на механизм перевода 4 миллиарда долларов, и ему конгресс дал эти деньги. И за 2 года они полностью ушли от тестовой итоговой оценки знаний в американских школах. Потому что они понимают, что настанет момент, когда чужими мозгами они не смогут жить, и им надо будет создавать свои интеллектуальные продукты, а создавать их будет некому. Потому что выпускники американских школ с трудом умеют считать до пяти и пользуются калькулятором. Я сам был тому свидетелем, много раз возил наших студентов и гимназистов в Америку на стажировку, и я вспоминаю, как директор Канзасского об-

разовательного центра Дэвид, с которым дружим уже давно, приходя в магазин, тут же достаёт калькулятор и начинает считать: к 1 доллару 50 центов прибавить 2 доллара 50 центов. Пока он считает, я ему говорю:

— Дэвид, это будет 4 доллара.

— Как? Ты это успел посчитать?

— Ну как — очень просто: мозги есть, голова есть — посчитал.

— Ты уникальный человек!

Они всегда удивлялись и восхищались нашими студентами и учениками, которых мы привозили. Они были на две головы выше американских сверстников. Так вот, американцы скоро уйдут от этого, скоро получится так, что наши будут считать только при помощи калькулятора или в столбик. А американцы будут создавать интеллектуальные продукты. К чему, видимо, и стремились».

В российском обществе сложилось мнение, что реформа по традиции осуществляется «силовым путем», «сверху», без широкого обсуждения. (Здесь, кстати, можно оценить влияние субъективного фактора, который выражается в деятельности не только конкретных вузов, факультетов, преподавательского корпуса, но и в деятельности руководителей министерства.) Многие считают, что истинная цель нововведений — сокращение числа студентов с 7 миллионов до 3 (согласно американскому стандарту соотношения населения и вузовской молодежи), поскольку вчерашние школьники неохотно идут в училища, техникумы, тем более — на производство.

Вообще, разговоры о нехватке рабочих кадров напоминают хождение по замкнутому кругу, который необходимо разомкнуть. Возродятся фабрики и заводы (причем на новой, модернизационной основе) — появится потребность в квалифицированных рабочих. Если их труд будет достойно оплачиваться, люди это сразу же оценят. Если восстановить сеть профессионально-технических училищ с их замечательной (мы помним это!) материально-технической базой, общешкольными, спортзалами, домами культуры и др., то у старшеклассников не будет поголовного стремления обязательно поступить в вуз, даже если будущая профессия абсолютно не привлекает. Ведь было, что часть выпускников школ сразу шла на завод, часть — в училища, часть — в техникумы, а самые лучшие — в вузы. Так, видимо, и должно быть.

Средства массовой информации — и общественно-политические, и корпоративные — должны отражать весь спектр выделенных проблем, используя возможности качественной журналистики, публицистики. Ведь имидж образования зависит от комплекса взаимодействующих факторов. Понимая важность этого социального института, каждый — начиная от руководителей государства и заканчивая обычным работником просвещения — должен заботиться о его репутации и вносить посильный вклад в ее укрепление.

В. Тулунов



Г. Жирков

Энциклопедия региональной печати:

методологические, методические и организационные походы

Состоявшееся деловое совещание Академии региональной печати (Воронеж, май 2012 г.) поставило задачу создания Энциклопедии региональной печати (ЭРП). Наряду с организационными проблемами, которыми займется редакционная коллегия ЭРП, встают, пожалуй, более сложные проблемы методологии и методики, которые должны способствовать повышению качественного уровня проекта, а главное — единообразию в подходах к решению его задач.

Достаточно напомнить, что в дореволюционной России к началу XX в. было более 78 губерний, 19 областей и 6 городов, управляемых самостоятельно,¹ в СССР тоже было не меньше административно-территориальных образований, что уже показывает, сколько может быть привлечено авторов для написания статей ЭРП. Естественно по каждому региону должны быть статьи, посвященные его системы печати, основным газетам и журналам, издательствам, типографским центрам, литераторам, публицистам и репортерам, местной книжности и т.д. Общий массив ЭРП в таком случае будет составлять приблизительно 800-1000 статей разного размера и жанра, а творческий коллектив будет насчитывать более сотни авторов, если считать по одному от каждого региона.

ЭРП не может быть собранием разных по характеру публикаций, нужны какие-то общие подходы к исследованию региональной культуры, журналистики и литературного процесса. Не претендуя на непогрешимость, предлагаю свои размышления об этом, основанные на определенном опыте изучения журналистики, как столичной, так и местной.

* * *

На рубеже XX-XXI веков в России фактически сложилась новая информационная среда, журналистика нового типа, существенно отличающаяся от партийно-советской и не менее существенно от русской дореволюционной. Нельзя и нет смысла противопоставлять эти три периода русской журналистики. Эта разновременная журналистика, независимо от объяснений теоретиков, всегда имела общие объективные основания: язык, протяженное географическое пространство, традиции русского народа, большую разноуровневую, многонациональную аудиторию, материальную базу, накопленную издателями-просветителями. Исторические события 1990-х годов привели к коренным изменениям в социально-политической и культурной жизни общества, смене парадигмы журналистики. Они предоставили ей неслыханную ранее свободу, возможность выбора, открыли

шлюзы информационного рынка, вели к реставрации капитализации журналистики.

Вместе с тем на рубеже XX-XXI вв. мировой информационный процесс претерпевает революционные трансформации. Инфоносфера Земли, обогащенная новейшими информационными технологиями, Глобальной сетью, Интернетом, превращает журналистику в составную часть среды обитания человека. Он живёт в паутине информационных потоков. Мобильник, висящий на его шее или звенящий в кармане, является олицетворением этого.

Современная журналистика России — следствие общих эволюционных процессов, вписывающихся в общецивилизационные, и в то же время имеющая свои особенности, свои традиции и ценности.

Однако значительное число россиян уже воспитано в ходе информационной войны 1980-1990-х гг. (см. об этом книгу американского теоретика ненасилственного свержения власти Джина Шарпа «От диктатуры к демократии») в неприятии отечественных традиций, отечественных ценностей, отечественной культуры. Прав известный социолог С.Г. Карамурза, заявляя в монографии «Власть манипуляции» (2007): «...устранение из сознания стабилизирующего блока традиций резко повышает уязвимость к манипуляции». Не менее важно и «отключение более систематизированного и «рационального знания — исторической памяти»². Разрушение исторической памяти — последствие использования политиками — корыстно и бездумно — новейших информационных технологий³.

Дело дошло до выхода в свет особого Указа Президента РФ «О комиссии при Президенте РФ по противодействию попыткам фальсификации истории в ущерб интересам России» (2009 г.)⁴. Напомню, что 2012 г. объявлен годом истории.

Действительно, современное состояние исторического знания вызывает тревогу. Исследователи журналистики оказались перед множеством совершенно новых проблем. Появление большого числа новых центров подготовки журналистов разных специальностей, пиарщиков, рекламистов (нередко в самых необычных местах, где никогда не готовились такого рода специалисты) привело к тому, что волей-неволей вопросами журналистики стали заниматься люди, малознакомые с журналистикой. Им естественно приходится нелегко, а ведение научной деятельности положено по статусу: вот почему наблюдается тезисомания — первичное обобщение наблюдений, постановка вопросов и т. п., нередко сопровождающиеся

открытием уже открытого. Есть в этом, конечно, и некоторая польза: свежий и посторонний взгляд иногда может увидеть в новом аспекте то, что специалистом считается само собой разумеющимся.

Современная исследовательская культура в области теоретического и исторического знания имеет существенные изъяны. Здесь сказывается, во-первых, малая изученность истории журналистики в целом. К примеру, совсем нет новых исследований русской журналистики периода Первой мировой войны, белого движения, советской журналистики 1930-1940-х гг., послевоенных лет и т.д.

Во-вторых, дискредитация истории журналистики ориентацией в советском прошлом на опыт большевистской печати при соответствующей мифологизации истории вообще. В условиях Советского государства сложилось представление о журналистике как сугубо политизированном, идеологическом явлении. Вся методологическая основа изучения журналистики, базировалась на так называемом марксизме-ленинизме, что вело к политизации исследований. Это обстоятельство всё еще по-прежнему продолжает оказывать давление на новые исследования информационного процесса.

Интересный и поучительный опыт самого популярного и распространенного до 1917 г. еженедельного, тонкого, иллюстрированного, семейного журнала — «Нива» (1870-1918) показал, что такой подход имел место и в дореволюционной, так называемой, прогрессивной печати и то, что он имеет изъяны. Издатель «Нивы» Адольф Федорович Маркс (1838-1904) поставил задачу помещать на его страницах «все, что может сплотить воедино семью и оказать ей посильную помощь»; провести «в общество чисто семейные здоровые начала», отказавшись от «отстаивания тех или других политических идей и полемики». А.Ф. Маркс считал, что направление «Нивы» «одинаково достойно, как и задача просвещения тех или других начал политических», подчеркивая этим, что нравственное воспитание столь же необходимо, как и политическое⁵. Это было новацией по сравнению с программами других изданий.

Редакция оставалась верной избранному пути. В юбилейном, выпущенном к 25-летию журнала, номере 1894 г. говорилось: «Нива» явилась в этом случае несколько обособленной, и обособленность ее не только относилась к журналам иллюстрированным, но и вообще к существовавшим тогда у нас органам печати»; все они выступали «под знаменами», занимаемая «непременно боевую позицию», а «на журналиста смотрели — исключительно, как на борца». «Так называемые, толстые журналы, книжки которых по преимуществу должны были состоять из литературных произведений, точно стыдились этой литературы, называя себя журналами политическими и старались создать себе направление путем пропаганды консервативных или либеральных идей».

«О том, что для печатного органа может существовать вполне достойное задач живого слово «направление» и вне сферы политических вопросов, — замечала редакция, — не думали вовсе. Никто

не решался сказать открыто, что задача проведения в общество чисто семейных, здоровых начал может явиться для журнала «направлением» одинаково достойным, как и задача проведения тех или других начал политических»⁶.

Объективный анализ исторических реалий показывает, что политическая составляющая информационного процесса, массовых коммуникаций, журналистики лишь одна из их составляющих, которая в определенных условиях может проявляться слабо (XIX в.), в других — наоборот стать преобладающей (советский период). Но даже в крайних вариантах она несёт просветительскую функцию. Так, в СССР журналистика была основой плана производственной пропаганды в государственном масштабе. Это сказывалось на её типологии, содержании, проблематике и жанрообразовании⁷.

Сложившаяся в журналистской науке ситуация подтолкнула коллектив кафедры истории журналистики СПбГУ в 2008-2009 гг. в ходе изучения русской журналистики начала XX в. выработать модель исторического периода журналистики (ИПЖ), которая одновременно была итогом исследования практики русской журналистики на протяжении всей ее истории.⁸ Она включает следующие параметры:

1. Условия функционирования журналистики, которые сказываются на всех ее существенных качественных характеристиках и формах.

2. Описание системы журналистики, как составной части информационного процесса, культуры общества.

3. Соотнесение информационного процесса и системы журналистики.

4. Содержание информационного процесса, отраженное в системе журналистики (проблемно-тематический комплекс, диапазон информации).

5. Особенности формы передачи информации (макро — и микроформы — типология журналистики).

К условиям функционирования журналистики относятся особенности территории ее распространения, управления обществом (проблема «власть и журналистика»), состояние цензурного режима, информационного рынка, материально-технической базы журналистики, характер ее аудитории на данном этапе развития.

Русская журналистика функционировала и функционирует на таком информационном пространстве, которое не знало и не знает ни одно государство мира. И всегда на ее характер существенно влиял **географический фактор**⁹. Большая протяженность территории страны — от Балтики до Тихого океана всегда ставила перед управлением государства сложные проблемы взаимодействия центра и мест, информирования населения его народов; определяла огромное значение в нем бюрократии разного ранга, полиции и коммуникаций, включая журналистику.

На протяжении всей истории России в соответствии с тем огромным пространством, которое она занимает, одним из наиболее значительных признаков типологической дифференциации ее печати был **административно-территориальный**, в связи с чем

она делилась в до образования СССР — на **столичную и провинциальную** (главным образом, **губернскую** и отчасти **уездную**); **после создания Советского Союза — на центральную и местную**; с 1990-х годов — **появляется понятие «региональная журналистика»**.

К лагерю официальной журналистики в условиях России, где Русская Православная церковь (РПЦ) была как бы прикреплена к государству, надо отнести развернутую **сеть религиозных, конфессиональных изданий**, в основном, епархиальных ведомостей. Кроме них, Церковь выпускала периодику в крупных центрах Православия, миссионерские издания. При этом доминировала столичная периодика. Ее численную гегемонию не нарушило и появление более или менее свободного рынка после Первой русской революции (1905-1907 гг.), когда повсеместно стало выходить значительное число частных изданий. При этом, как справедливо писал еще в 1912 г. М. Туринский, отмечая столетие выхода в свет первой провинциальной газеты в России: «Нигде в мире провинциальная печать не имеет такого важного и государственного, и общественного значения, как у нас»¹⁰.

В то же время и особенности расположения региона сказывались на развитии и становлении его журналистики. При исследовании 88 газет от 5 октября 1900 г.: политических, частных, выходящих на русском языке и не менее двух раз в неделю, А.В. Пешехонов обнаружил, что в 42 губерниях вообще таких частных газет не было. 26 губерний имели по 1 газете, 11 — по 2, 3 — по 3; в Таврической губ. было 4, Херсонской — 7¹¹. Таким образом, юг России был больше насыщен частными изданиями по сравнению с другими регионами страны, что объясняется спецификой южной аудитории, отразившей, так называемую черту оседлости.

Неравномерность эволюции журналистики, нехватка кадров высокой квалификации поставили проблему о, так называемой, отсталости провинциальной печати в развитии. Она отразила внеисторический взгляд, вполне характерный теоретикам одновременности всеобщего прогресса, и в то же время он может быть и взглядом из столицы. На самом же деле печать в регионе возникает тогда, когда там созревают определенные условия для ее функционирования. Если в Сибири не было достаточного числа читающей публики, интеллигентской элиты, которая бы издавала «Современники», мало-мальски пригодной системы распространения периодики, а территория Сибири — огромна, то и развивалась соответствующая существующим условиям печать.

Даже в начале XX века И.Д. Сыгин, просветитель и миллионер-выходец из народа, писал: «В такой стране, как Россия, жили и умирали миллионы людей, не имевших никакой доли в культурном наследстве человечества. Заброшенные в глухие углы, отрезанные от центров русским бездорожьем и русскими расстояниями, люди эти не имели никакого соприкосновения с печатным словом — ни книг, ни газет, ни школ у них не было, и календарь для таких людей был единственным окном, через которое они смотрели на мир». И это соответствует тому, что было.

Исследователи нередко, сопоставляя провинциальную печать со столичной, судят и о провинциальной с одной и той же колокольни, что возможно только при определенных условиях. Провинциальная печать имеет свои ценности и качества: она, как и столичная, может быть слабой, плохой, но она не отстала по сравнению со столичной.

Особенно остро проблема об этой отсталости стоит при изучении национальной печати, которая естественно рассматривалась и как региональная. Многие народы в досоветский период ее вообще не имели. И это следствие того, что у них была другая культура. Они находили свои оригинальные коммуникации. В этом смысле в трудах Д.В. Ковалева, В.Д. Таказова, Ю.А. Мишанина, Ф.Т. Кузбекова, П.Ф. Потапова, А.А. Вахрушева хорошо раскрыто это своеобразие коммуникативной культуры народов¹². Приобщение этих народов к общецивилизационным процессам вело к изменению их коммуникативной культуры¹³.

Как свидетельствует человеческий опыт, это сопровождается многими культурными потерями. С исчезновением племени, народности теряется и тот язык, на котором они говорили, теряется частица души Человечества. Как это вдохновенно писала Новелла Матвеева о говорящем на «умершем языке» попугае, которого уже никто не понимает:¹⁴

Чудак с потускневшими перьями!

Чудит, а под веками — грусть.

Язык истребленного племени

Он знает почти наизусть...

Прекрасный язык — но забылся он,

Забылся, навеки уснув.

Огромный — но весь поместился он,

Как семечко, в маленький клюв.

Географический фактор сказывался на журналистике и в другом смысле: те народы России (поляки, прибалты), которые располагались ближе к центру Европы, традиционно были оснащены периодикой. К этому же фактору можно отнести и проблему взаимодействия центра, столиц и провинции. В России проблема соотношения централизма и регионализма — важнейшая.

Большой заслугой императора Николая I были организация централизованного бюрократического аппарата и с его помощью некое общегосударственного, реального законодательного поля. Опасение сепаратизма национальных регионов для России — фактор существенный и объективный. Однако взаимодействие не сводится к противостоянию. Оно происходит разнопланово.

Исследуя историю рязанской печати Н.А. Гурторова, пришла к выводу: «На развитие рязанской периодики, как и вообще на социально-экономическую жизнь края, существенно влияла близость к Москве. В течение более чем полувека наличие только официальных изданий (губернских и епархиальных ведомостей) считалось достаточным для Рязанской губернии»¹⁵. Таким образом, при наличии материальной базы, достаточного числа читателей в этом регионе географический фактор оказался более существенным.

Большинство ученых, изучающих провинциальную и национальную печать, отмечают то, что их кадры готовились в столичной прессе. Столичная журналистика послужила практической моделью для местных изданий.

Есть такие газеты и журналы регионов, которые начинали свой путь в Петербурге или Москве. И, конечно, законодательная политика для всей журналистики вырабатывалась в центре. Так, власть учла во Временных правилах цензуры и печати от 6 апреля 1865 г. то, что только около десятка городов имело частную периодику и то, что создавать особый цензурный аппарат на местах для нее слишком дорогое удовольствие. Предварительная цензура для провинциальной печати не была отменена. А вот позднее, когда эта печать стала развиваться, прогрессивные Временные правила послужили для нее тормозом. Впрочем, как и многие сюжеты, имеющие отношение к провинциальной печати, эта проблема по-настоящему не изучена: мы имеем протестную публицистику тех лет, записки литераторов, но это лишь одна сторона проблемы.

Можно сказать, что вопросы взаимодействия центра и провинции очень важны для понимания развития и становления региональной журналистики, и они специально не исследованы.

Другим существенным фактором, определявшим состояние журналистики России, был **аудиторный**. В аграрной по экономике стране был большой процент неграмотных и долго шел медленный рост потребности в грамотном населении. Лишь развитие капиталистических отношений со второй половины XIX в. дало толчок росту этой потребности. Собственно именно тогда проклевываются ростки и провинциальной периодики.

Но становление аудитории в провинции тоже имело свои особенности. История «Восточного обозрения» (Петербург, с 1 апреля 1882 г. Иркутск, с 1888 г.) типичный в этом случае пример. «Неприятная» особенность Восточно-Сибирского региона состояла в том, что он был местом политической ссылки. Но она же обусловила наличие большого числа сотрудников и корреспондентов газеты, имевших высокую квалификацию. По подсчетам Л.С. Любимова, почти треть из них составляли ссыльные¹⁶. «Восточное обозрение» худо-бедно просуществовало до 1906 г., став одним из долгожителей местной периодики и одной из моделей для нее.

Нередко исследователи пишут о меньших тиражах провинциальных изданий по сравнению со столичными. Такое прямое, цифровое сравнение нельзя назвать корректным. Сравнить можно, к примеру, в расчете числа экземпляров издания на тысячу человек. Возможности распространения печати ограничены конкретной аудиторией. Отсюда и величина тиража местных изданий. Одно дело тираж газеты в Москве, другое — в Томске, где насчитывалось 50 тыс. человек, или Новониколаевске, где сначала было всего 22 тысячи жителей, а к 1917 г. стало 100 тысяч. Какие могли быть здесь тиражи? Такие — какая численность аудитории. Мало того, она еще должна иметь

потребность в периодике, что в провинции тоже было большой проблемой.

Исследователи цитируют типичное гореванье одного из украинских издателей альманаха на родном языке: «Напечатал 600 экземпляров, думал, вот хорошо, будут покупать и читать родное слово. А я соберу другой выпуск, потом третий... Да еще с картинками, да с... Куда там, дурень! Напечатал 600, продал 50, раздарил 200. А 300 не знаю, куда деть...»¹⁷.

Существенное значение для становления аудитории имеют культурный и экономический фактор. На начальном этапе развития провинциальной периодики важную роль сыграло наличие в городе университета. В очерке о провинциальной печати (1898 г.) Б.Б. Глинский отмечает то, что основание университетов вело к оживлению общественной мысли и развитию издательской деятельности¹⁸. Здесь уместно вспомнить историю печати такого культурного центра, как Казань, или тот факт, что прокладку Транссибирской магистрали, по наблюдениям исследователей, сразу же дала толчок развитию региональной периодики.

Объективным основанием происходивших изменений в социальной структуре общества к концу XIX века стали интенсивное экономическое развитие страны, процессы урбанизации и миграции населения, движение более широких слоев населения страны к активной социальной и общественно-политической жизни, рост промышленности, городов, числа их обитателей, развитие сферы обслуживания, появление новых, необходимых для экономики и хозяйства государства профессий, требующих грамотного работника.

Это вело постепенно к повышению в населении страны прослойки грамотных. К началу XX в. Русская Православная церковь, интеллигенция России, ее издатели проделали значительную культурно-просветительскую работу и этим тоже были созданы важные предпосылки для повышения грамотности народа, расширения аудитории печати¹⁹. Этот процесс на региональном уровне был раскрыт в докторской диссертации В.В. Пугачева, который ввел в научный обиход историков журналистики понятие «книжность»²⁰. В то же время книжность — это связующее звено предыстории и истории русской журналистики. Духовная рукописная и печатная книга была предшественницей журналистики как таковой. Она по-своему готовила будущего читателя периодики. Регионы России не только собирали и хранили это культурное наследие, но и внесли в него определенный вклад, требующий специального изучения²¹.

В итоге, к 1900 г. в стране грамотным была почти треть населения, в Петербурге — 59,2 %, в Москве — 46,8 %²². Россия входила в число стран, где население все больше читало. Книжное дело получает широкий размах. Издатели-просветители XIX в. (А.С. Суворин, А.Ф. Маркс, М.В. и С.В. Сабашниковы, Ф.Ф. Павленков, П.П. Сойкин, Д.И. Сытин и др.) создали в стране мощную типографскую, полиграфическую базу, подготовив этим всесторонний расцвет русской журналистики в начале нового столетия²³. Особенностью

их просветительской деятельности было наличие в книжном репертуаре большого числа продукции, рассчитанной на народ, включая лубочную литературу. Это готовило массового читателя для периодики.

В этом смысле любопытна замечательная статья 1906 г. публициста С. Кривенко «Газетное дело и газетные люди», появившаяся на страницах журнала «Русская мысль». В ней очень точно современник процесса развития печати отмечает основные тенденции становления газетной периодики. «Несмотря на цензурные и разные другие неблагоприятные условия, — пишет Кривенко, — газетное дело у нас замечательно быстро растет и развивается... И это за какие-нибудь 3-4 года», т.е. в начале XX в.:

- число столичных и в особенности провинциальных газет с каждым годом увеличивается, потому что увеличивается число читателей и растет спрос на газеты, в особенности на газеты дешевые;

- значительная часть больших газет увеличивает формат до размера больших английских и американских газет;

- вводит иллюстрированные и другие приложения;

- начинает попутно издавать дешевые издания («Новости», «Биржевые ведомости», «Сын Отечества», «Слово» и др.), которые расходятся в десятках тысяч экземпляров. Одна из таких маленьких газет, говорят, расходится теперь в 150 тысяч экземпляров;

- все это указывает на прилив совершенно нового читателя, который прежде газетами не занимался;

- газеты стали приспособляться «уже на всякую потребу, стараясь больше всего разнообразить содержание...»;

- а специально уличные листки, с их совершенно особою разухабистостью, сенсационными заглавиями, описанием убийств и уголовными романами, имеют в виду городского полуинтеллигентного читателя, до приказчиков, швейцаров и дворников включительно;

- газета становится все более и более предметом насущной потребности, — обобщает Кривенко, — не одних только богатых классов и интеллигенции, но и простого народа... Газеты сплошь и рядом выписываются в складчину и читаются по очереди или вслух целыми группами²⁴.

Доктор наук Ю.В. Лучинский в начале статьи о кубанской печати констатирует: «Характерной особенностью периодики Кубанской области начала XX столетия можно считать абсолютную монополию официальной прессы, представленной «Кубанскими областными ведомостями» — единственной газетой, обслуживающей интеллектуальные запросы региона в период с 1863 по 1905 гг.»²⁵.

Эта же особенность во многом характерна и другим регионам, правда, с некоторыми нюансами. В Ставрополе в течение 30 лет вплоть до Манифеста 17 октября 1905 г. издавалась единственная частная газета «Северный Кавказ».

В Томске частная печать стартовала в 1881 г., но фактически наряду с официальной прессой здесь выходила одно частное издание в виде цепочки газет, невольно сменявших друг друга. В списке изданий

Томска, приведенном в монографии Н.В. Жиликовой, 37 наименований газет. На 1880-1890-е гг. и приходится эта цепочка из 5 изданий: 1881-1888 — «Сибирская газета», 1885-1905 — «Сибирский вестник», 1894-1895 — «Томский справочный листок», 1896-1897 — «Томский листок», с 1897 г. — «Сибирская жизнь»²⁶. Основной массив газет вышел в начале XX в.

Таким образом, 1830-1880-е годы были эпохой губернских ведомостей, монополия официальной печати.

В развитии региональной журналистики по своему проявляются не только объективные факторы, о которых шла речь, но и субъективный — человеческий фактор. Интеллигенция, элита на местах была более узким слоем, чем в центре, т.е. выбор местных администраторов высшего ранга, особенно издателей-редакторов был ограниченным, что повышало значение этого фактора в становлении провинциальной периодики.

В монографии по истории казанской и нижегородской печати 1811–1917 гг. Курбакова приходит к выводу: «Наиболее ярким фактором возникновения прессы в российской провинции является личностный фактор» (С. 232). Исследовательница, внутренне полемизируя с установившимся взглядом на местную администрацию, обобщает: «Губернаторы не только не чинили препятствий для возникновения новых изданий, но стремились активно внедрять периодику в массы» (С. 231). По поводу такого вывода напрашивается ирония: вероятно, поэтому столь бурно развивалась местная печать в XIX в., когда она, как правило, выходила под прямым присмотром губернаторов, по Л.С. Любимову, «сибирских сатрапов-губернаторов»²⁷.

Фактография, которая послужила обоснованием Курбаковой для ее обобщающего утверждения, похоже, недостаточно. С другой стороны, без сомнения, требуют уточнения, сделанные ранее многими учеными выводы об отношениях местной власти и журналистики. В рядах администрации и в центре, и на местах было немало талантливых людей.

Более изучено такое проявление субъективного фактора в региональной прессе, как роль в ее развитии издателей-редакторов. Об этом свидетельствуют труды по истории губернских ведомостей. По официальной программе этой провинциальной газете не могли появляться произведения беллетристики, «неуместно резкие заявления и суждения о рассматриваемых фактах и вопросах, статьи полемические, юмористические, перепечатки из частных изданий известий и слухов о предполагаемых мерах и распоряжениях правительства, а равно анекдоты и вообще статьи легкого и так называемого фельетонного содержания».

В современных научных изысканиях идет переоценка роли этого типа изданий в социально-политической и культурной жизни провинции России 1860-1890-х гг., развитии ее печати. Действительно, губернские ведомости были тем центром, вокруг которого и шло развитие провинциальной печати (памятки, листки, земские издания, моделирование их и первых частных изданий по опыту губернских ведомостей и др.).

«Работа в «Губернских ведомостях» в ту пору имела совершенно специфическое значение как важный вид общественного служения и привлекала лучших представителей местной прогрессивной и демократической интеллигенции», — утверждает историк литературы М.К. Азадовский²⁸. Историк журналистики Ю.А. Мишанин пришел к выводу, что в подавляющем большинстве губернских центров России на долю ведомостей «выпала задача приучить к чтению прессы самые отдаленные, глухие уголки российской провинции. В этом их культурно-историческое значение». На страницах неофициальной части губернских ведомостей, объединивших вокруг себя лучшие силы местной культуры, нашло отражение громадное количество краеведческого материала²⁹. В интересной монографии О.И. Лепилкиной (2010 г.) подчеркивается: «...типообуславливающим фактором в XIX — начале XX в. был действительно редактор (редактор-издатель)...»³⁰.

Повсеместно в губернских ведомостях постепенно шло расширение их проблемно-тематического комплекса, диапазона их информации, заложенных официальной программой. Это часто зависело от политической атмосферы в стране, но особенно от индивидуальности редактора-издателя, от профессионализма редакционных сотрудников, от сложившихся отношений с местной губернской властью. Нередко на практике, когда неофициальная часть ведомостей редактировалась творческой личностью, ее проблемно-тематический комплекс обогащался и становился привлекательным для читателя. Так было:

- с «Нижегородскими губернскими ведомостями» при редакторах П.И. Мельникове (1845-1850), А.С. Гацисском (1862-1866), М.В. Овчинникове (1884-1889), который разделил официальную и неофициальную часть ведомостей в 1884 г.;
- с «Рязанскими губернскими ведомостями» начала 1860-х гг. при редакторе Ф.Т. Смирнове, создавшим сеть местных корреспондентов и с их помощью расширившим диапазон информации, когда неофициальная часть газеты достигла своего расцвета;
- с «Пензенскими губернскими ведомостями» при редакторах М.В. Сурине (1868-1871) и Н. Пантелеевском (1873-1878), когда газета стала выходить ежедневно;
- с «Саратовскими губернскими ведомостями» при А.И. Соколове (1879-1880), при Н.Ф. Хованском (1888-1892), когда издание приобрело «значение народной газеты», в котором участвовали и селяне, печатались рассказы из народной жизни и др.;
- с «Ставропольскими губернскими ведомостями» при И.В. Бентковском, подписывавшим по его инициативе отделившуюся их неофициальную часть с 1875 по 1889 г., при котором эта газета достигла расцвета и приблизилась по типу к общественно-литературным изданиям;
- с «Терскими ведомостями» при Н.А. Благовещенском (1880-1889) и Е.Д. Максимове (1889-1893), расширившими программу этого официального органа³¹.

Происходившие перемены с неофициальной частью губернских ведомостей не прошли мимо взгляда внимательного читателя. Генерал Г.Е. Канаев, напри-

мер, в воспоминаниях замечает о «Томских губернских ведомостях» 1860-х гг., что эта их часть могла пойти «за настоящую как бы частную газету. Публика заметила появление оригинального провинциального органа печати и стала его читать...»³². К началу XX в. губернские ведомости становятся неотъемлемой частью общественной и культурной жизни провинции. Ее неофициальная часть нередко де-факто превращается в самостоятельное издание.

Так, в 1890-е годы губернаторы П.Г. Погодин и Д.Г. Арсеньев провели коренное преобразование «Пермских губернских ведомостей»³³. Их неофициальная часть стала с 5 июля 1894 г. выходить отдельно и с подзаголовком «Общественно-литературная, политическая и экономическая газета», формат которой был приближен к столичным ведомостям. Одно время она издавалась ежедневно. У редакции появились собственные корреспонденты. К сотрудничеству в газете были привлечены местные литераторы и поэты. Наконец, с 16 июля 1908 г. неофициальная часть газеты стала называться «Пермские ведомости».

Такого рода пример дает и история печати Уфимского края. В июне 1894 г. местный губернатор обращается в Главное управление по делам печати с просьбой об изменении программы подведомственного ему органа. Предварительно с этой целью им была проведена большая работа: выработана новая программа газеты, в соответствии с ней выпущен, по словам губернатора, «образцовый номер нового издания ведомостей», т.е. создана модель будущей газеты. Все это было отослано в Главное управление с сопроводительным письмом, где аргументировалась необходимость реализовать предложение:

«В Уфимской губернии единственный печатный орган составляют «Уфимские губернские ведомости». Программа сих ведомостей столь необширна, а помещаемые в ведомостях сведения частного характера так незначительны, что издание ведомостей в существующем виде, не удовлетворяет потребителям общественной жизни...»³⁴. Новая программа состояла из следующих разделов: 1. Местный дневник. 2. Телеграммы Северного агентства. 3. Отдел общих известий. 4. Разные известия. 5. Местный листок.

Ведомости выходили раз в неделю: из-за этого даже телеграммы Северного телеграфного агентства, выписываемые редакцией, помещались в газете лишь на шестой день после их получения. Поэтому губернатор предлагает выпускать ее ежедневно и с некоторым увеличением цены на нее. Его просьба Главным управлением была удовлетворена, программа утверждена.

Модернизация местного печатного органа будет продолжена и дальше. С 15 февраля 1903 г. неофициальная часть «Уфимских губернских ведомостей» стала издаваться как приложение к ним под названием «Уфимские ведомости», а с 1906 г. уже как самостоятельная, «политико-общественная и литературная» газета «Уфимский край», но с обозначением в низу листа «неофициальная часть губернских ведомостей». Газета имела расширенную программу, с 1910 г. стала ежедневной³⁵.

Тип губернских ведомостей на рубеже веков претерпевает существенные изменения, что было следствием появления более свободного информационного рынка, конкуренции с частными, земскими, коммерческими изданиями. Вот как это фиксирует свидетель тех лет в 1901 г., говоря о «Сибирских ведомостях»: «В настоящее время «Ведомости» превращаются в довольно живую местную газету, чутко отзывающуюся на многие вопросы нашей жизни. «Ведомости» особенно оживились с тех пор, как неофициальная часть их выделилась в самостоятельную газету с особой подпиской. Завела она корреспондентов в разных углах губернии, которые уже не ограничиваются одними банальными описаниями местных «торжеств» и «освящений». Эти изменения произошли после того, как в регионе появились два новые провинциальные земские издания³⁶.

Однако такой тип газеты, как губернская, официальная, имеет ограниченные возможности в проблемно-тематическом комплексе, жанровой палитре, находится под постоянным контролем власти. При свободном информационном рынке губернские ведомости не выдерживали конкуренции с размножившимися частными, коммерческими листками, газетами и тонкими журналами. Их век подошел к концу.

Конкретно-исторический научный подход, объективность, анализ истории без осовременивания реалий прошлого, без политизации его; без публицистического, облегченного налета на исследование, всесторонность рассмотрения проблемы, явления журналистики, полнота фактографии, научная добросовестность — вот те лучшие качества, на которые ориентируются многие современные исследователи. В изучении истории журналистики России сложилась такая ситуация, когда как раз на первый план выдвинулось изучение провинциальной, региональной, местной печати, что является отражением процесса созревания готовящихся журналистские кадры научно-педагогических коллективов, которые появились в ходе демократизации общества в вузах крупных центров страны. Потребность в кадрах высшей квалификации, накопление знаний, приход в коллективы специалистов разных научных направлений — способствовали выходу научных изысканий на более высокий уровень, появилось немало докторов наук. Все это говорит за то, что в регионах есть достаточно творческих сил для реализации энциклопедического проекта.

История журналистики губерний, областей, краев фактически имеет три периода. В каждом из них эта часть системы русской печати называлась по-разному:

- 1830-1921 гг. — провинциальная,
- 1917-1990 гг. — местная,
- с 1990-х гг. — региональная.

После революции 1917 г. до образования СССР в стране сосуществовали старая русская журналистика и новая советская. В истории последней постепенно стал преобладать термин «местная». Такая периодизация позволяет построить композицию ЭРП соответственно из трех томов, создание которых возможно в следующие годы:

- Т. 1. Провинциальная печать России — 2013-2014 гг.
- Т. 2. Местная советская журналистика — 2014-2015
- Т. 3. Региональная журналистика РФ — 2015-2016.

В оставшееся время 2012 г. необходимо, во-первых, создать на базе Академии региональной печати редакционную коллегию (не более 7-8 человек) во главе с председателем — очень авторитетным ученым; во-вторых, составить проект исследования — словарь-модель первого тома ЭРП; в-третьих, подать проект на грант в Российский гуманитарный научный фонд (РГНФ). Этот грант может быть нацелен на подготовку издания РГП. Оно может быть осуществлено редколлекцией или по примеру исторического факультета МГУ исследовательской лабораторией. Так создавалась шеститомные «Очерки истории русской культуры XIX века».

Сроки для осуществления этого очень сжатые, но не надо начинать с дискуссий, их можно вести одновременно с работой над ЭРП в первый год. Необходимо, кроме того, создать техническую рабочую группу, которая могла бы сделать выборку для словаря по библиографиям и фондам ведущих публичных библиотек выборку основных изданий по регионам. Состав словаря в будущем в течение первого года может уточняться.

Словник может иметь однотипные статьи разных жанров:

- обзорная статья о системе печати региона (периоды, типы изданий, основные издания, типографии, издательства и т.д.);
- обзорная статья российского законодательства по региональной печати;
- обзорная статья российского законодательства по региональной национальной печати;
- научные теоретического, обобщающего характера статьи; статьи, представляющие понятийно-категориальный аппарат ЭРП, объясняющие употребляемые в ней термины (типология региональной печати, региональная газета, региональный журнал, жанры региональной печати, писатель и поэт в региональной журналистике);
- статья о региональных структурах управления печатью (цензоры, губернатор, его чиновники);
- статьи о типах изданий провинциальной печати (листок, газета, журнал, памятная книжка, альманах, периодический сборник и др.);
- статьи об издательской базе региона, типографиях;
- статьи о кадрах журналистики региона (редакторы, издатели, литераторы, публицисты, сатирики, журналисты, репортеры, художники, фотографы, дизайнеры и др.);
- статьи об аудиторией журналистики региона (эволюция аудитории, ее сотрудничество в печати, ее письма в газеты и др.);
- персоналии — биографии ведущих редакторов, издателей, цензоров, литераторов, сотрудничавших в региональной печати, публицистов, сатириков, журналистов, репортеров, художников, фотографов, дизайнеров и др.);

- персоналии — справки о необходимых для упоминания редакторов, издателей и т.д.;
- статья о конкретном издании (газете, журнале, памятной книжке, альманахе и др., их история, редакторы, ведущие сотрудники и др.);
- статья-справка о конкретном издании...;
- статья или справка о конкретной типографии (история, руководители и др.);
- статья или справка о конкретном издательстве (история, руководители и др.);
- статья о рекламной информации на региональном уровне;
- статья об региональных информационных агентствах.

Статьи должны иметь размер до 10 страниц, справки — до полстраницы. Статьи располагаются в алфавитном порядке. Их названия выделяются шрифтом (курсив).

Статьи должны иметь библиографическую часть из списка источников и литературы, а так же отсылки к другим статьям ЭРП, где упоминаются использованные в статье фамилии, названия изданий и т. п.

Справочный аппарат ЭРП должен состоять из ряда указателей, которые будут облегчать читателю поиск необходимой информации:

- указатель имен;
- указатель названий — географических, изданий, издательств и др.
- предметный указатель;
- список сокращений (Главлит, СССР и т. п.);
- дополнительный список сокращений названий источников и литературы (при частом употреблении — Российская провинциальная частная газета... — условно — Рпч и т.д.);
- списка авторов ЭРП.

Словник должен иметь статью-введение «От составителей» («От редколлегии») — на 8-10 стр., где рассказывается о задачах ЭРП, ее композиции, хронологии, характере статей, их содержании, справочном аппарате; и самого перечня в алфавитном порядке будущих статей: Абрамов Я.В., Восточное обозрение, Вятские епархиальные ведомости, Губернские ведомости, Законодательство России о губернской печати, Лемке, Орловский вестник, Ядринцев и т.п. Создав своими силами Словник, редколлегия должна его разослать для уточнения и дополнения на места, крупным ученым, определив срок его возврата, и получить их обратно с возможными поправками.

В 2012 г. необходимо определить и порядок представления статей для ЭРП, который включает срок сдачи статей, их объем, их формат (печатный и электронный), модель статьи, как оформляется текст, библиография и т.д.

Конечно, надо заручиться поддержкой Союза журналистов, центров подготовки журналистов, разослать соответствующую информацию, но выполнять проект придется конкретной редколлегии и созданным на местах исследовательским группам. Не надо чего-то от кого-то ждать, надо начинать работу.

г. Санкт-Петербург

Примечания:

1. Россия : Энциклопедический словарь. — Л., 1991. — С. 212.
2. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции / С.Г. Кара-Мурза. — М., 2007. — С. 244.
3. См. подр.: Жирков Г.В. Специфика советской и российской научных журналистских школ / Г.В. Жирков // Массмедиа российского мегаполиса : типология печатных СМИ / [под общ. ред. М.А. Шишкиной]. — СПб., 2009. — С. 110-112.
4. См.: Российская газета. — 2009. — № 89. — 20 мая.
5. Динерштейн Е.А. «Фабрикант» читателей А.Ф. Маркс / Е.А. Динерштейн. — М. — 1986. — С. 27.
6. «Нива» : 1870-1894 // Нива. — 1894. — № 53. — С. 23.
7. См. об этом: Жирков Г.В. 1) Просветительская функция журналистики в исторической ретроспективе / Г.В. Жирков // Журналистика : исторические этюды и портреты. — СПб., 2007. — С. 98-126; 2) Опыт советских СМИ как потенциальный фактор формирования современных ценностей общества // Историческая традиция печати России. Ежегодник. — 2012. — М. : Факультет журналистики МГУ. — № 6. — С. 9-14.
8. Жирков Г.В. Модель исторического периода журналистики / Г.В. Жирков // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения : Тезисы Межвуз. научно-практ. конф. — СПб., 2008. — С. 140-142.
9. Этот фактор имеет существенное значение, к примеру, для островных государств. Журналист-исследователь В. Овчинников, много лет проживший в Великобритании, отмечает в психологии ее населения «призрак заморской угрозы», который «веками тревожил англичан». К. Эби вводит для характеристики особого типа национальной психологии англичан термин «островофилия» (islephilia). — Овчинников В. Сакура и дуб : Впечатления и размышления о японцах и англичанах / В. Овчинников. — М., 1983. — С. 267; Eby C. D. The road to Armageddon : The Martial Spirit in English People Literature. 1870-1914. Durham (NC), 1987. P. 21.
10. Туринский М. Газеты в провинции / М. Туринский // Исторический вестник. — 1912. — № 4. — С. 151.
11. См. подр.: Пешехонов А. Русская политическая газета (Статистический очерк) / А. Пешехонов // Русское богатство. — 1901. — № 3. — Отд. II. — С. 21.
12. Коваль Д.В. Периодическая печать и молдавский литературный процесс XIX века / Д.В. Коваль. — Кишинев, 1987; Таказов В.Д. Периодическая печать Осетии. Дореволюционный период / В.Д. Таказов. — Владикавказ, 1992; Мишанин Ю.А. Этнокультура мордвы в журналистике России XIX — начала XX века / Ю.А. Мишанин. — Саранск, 2001; Кузбеков Ф.Т. Башкирская журналистика как явление этнической культуры / Ф.Т. Кузбеков. — Уфа, 2006; Потапов П.Ф. История мордовской журналистики (1917-1934) / П.Ф. Потапов. — Саранск, 1994; Вахрушев А.А. Просветительская миссия печати и литературы в провинциальной России (на материале Вятской губернии XVII — начала XX веков) / А.А. Вахрушев. — Ижевск, 2011 и др.
13. Общесовициализационные процессы стали реальностью при наличии определенных информационных технологий (интернет, электронная журналистика), глобализации информационного пространства мира. По отношению к XIX в. и вообще к доинтернетовскому периоду точнее говорить об общевропейском процессе.

14. Матвеева Н.Н. (Избранная лирика) / Н.Н. Матвеева. — М., «Молодая гвардия». — 1964. — С. 20-21.
15. Гуророва Н.А. Печать Рязанской губернии (1838-1917 гг.) : становление и типология : автореф. к.ф.н. / Н.А. Гуророва. — СПб., 2009. — С. 12.
16. Любимов Л.С. История газеты «Восточное обозрение» / Л.С. Любимов // Российская провинциальная частная газета; [сост. Л.Е. Кройчик]. — Тюмень, 2004. — С. 159.
17. Кучеренко М. Олександро Корсун — письменник, видавець / М. Кучеренко // Народное слово. — Київ, 2008. — 5 червня.
18. Глинский Б.Б. Русская периодическая печать в провинции / Б.Б. Глинский // Исторический вестник. — 1898. — № 1. (Т. LXXI). — С. 291-333.
19. См.: Жирков Г.В. Просветительская функция журналистики в исторической ретроспективе / Г.В. Жирков // Исторические этюды и портреты. — СПб., 2007. — С. 98-126.
20. Пугачев В.В. Уфимская книжность. Эволюция газетного, журнального, типографского и книжного дела / В.В. Пугачев. — Уфа, 2004.
21. См.: Розов Н.Н. Русская рукописная книга: этюды и характеристики / Н.Н. Розов. — Л., 1971. На примере богатого книжного собрания (более 5 тысяч единиц) А.А. Титова, ростовского краеведа и издателя памятников русской старины, автор проводит «социологический анализ среды обращения рукописной книги в русской провинции» (с. 102).
22. Стернин Г.Ю. Художественная жизнь в России на рубеже XIX-XX веков / Г.Ю. Стернин. — М. — С. 8.
23. См.: Жирков Г.В. Золотой век журналистики России. История русской журналистики 1900-1914 годов : учеб. пособие / Г.В. Жирков. — СПб., 2011.
24. Кривенко С. Газетное дело и газетные люди / С. Кривенко // Русская мысль. — 1906. — Кн. X. — С. 1-3.
25. Лучинский Ю.В. «Кубань» братьев Филипповых : столичная модель провинциальной прессы / Ю.В. Лучинский // Российская провинциальная частная газета; [сост. Л.Е. Кройчик]. — Тюмень, 2004. — С. 72.
26. Жилиякова Н.В. Журналистика города Томска (XIX — начало XX века) : становление и развитие / Н.В. Жилиякова. — Томск, 2011. — С. 442-443.
27. Любимов Л.С. История газеты «Восточное обозрение» / Л.С. Любимов // Российская провинциальная частная газета; [сост. Л.Е. Кройчик]. — Тюмень, 2004. — С. 153.
28. Азадовский М.К. История русской фольклористики / М.К. Азадовский : В 2-х т. — Т. 2. — М., 1958. — С. 215.
29. Мишанин Ю.А. Этнокультура мордвы в журналистике России XIX — начала XX века / Ю.А. Мишанин. — Саранск, 2001. — С. 23.
30. Лепилкина О.И. Система русской провинциальной периодической печати (XVIII — начало XX в.) / О.И. Лепилкина. — М., 2010. — С. 20.
31. Таказов В.Д. Журналистика и литературный процесс в Осетии (вторая половина XIX — начало XX в.) / В.Д. Таказов. — СПб., 1998. — С. 23-28; Мишанин Ю.А. Указ. соч. — С. 23-32; Курбакова Е.В. История нижегородской прессы. — Нижний Новгород, 2008. — С. 9-10; Городецкий Б.М. Очерк развития русской периодической печати на Северном Кавказе. Екатеринодар, 1914; Лепилкина О.И. История ставропольской журналистики. Ч. I. XIX — начало XX вв. : учеб. пособие. — Ставрополь, 2005. — С. 15-16; Гуророва Н.А. Печать Рязанской губернии (1838-1917 гг.) : становление и типология : автореф. канд. дисс. — СПб., 2009. — С. 13.
32. Канаев Г.Е. На заре сибирского самосознания : воспоминания генерал-лейтенанта казачьего войска / Г.Е. Канаев. — Новосибирск, 2005. — С. 134. Цит. по: Мандрика Ю.Л. Провинциальная частная печать / Ю.Л. Мандрика. — Тюмень, 2007. — С. 26 (сноска 4).
33. Об этом см.: Кустов В.А. Газета «Пермские губернские ведомости» : 1838– 1917 (Краеведческий очерк) / В.А. Кустов // Языки и ономастика Прикамья. Труды Пермского ГПИ. — Пермь, 1973. — С. 113-123.
34. Документы извлечены из архива В.В. Пугачев. См. подробнее: Пугачев В.В. Уфимская книжность: Эволюция газетного, журнального, типографского и книжного дела / В.В. Пугачев. — Уфа, 2004. — С. 128.
35. Там же. — С. 119-133.
36. Оглоблин Н.Н. Сонный город / Н.Н. Оглоблин // Исторический вестник. — 1901. — № 10. — С. 212.



А. Прытков

Сходство квалоидов и вечерних газет

Сегодня в медиасфере наметилось некоторое сближение качественной и развлекательной, общественно-политической и бульварной прессы. На рынке СМИ появились квалоиды. С. Страшнов пишет: «Термин, конечно, причудлив: коренится он в латинском quails (какой, какого качества), а суффиксальную часть взял у таблоида»¹. Таким образом, квалоид, если переводить дословно, есть не что иное, как качественный таблоид.

Е. Варганова в работе «Северная модель в конце столетия. СМИ стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием» при анализе скандинавской прессы указывает на некоторое сходство квалоидов и вечерних газет: «Удивительно, но и утренние, и вечерние газеты, составляющие “семейные пары” скандинавской прессы, читают в большинстве своем одни и те же читатели. Вывод исследователей о том, что из газет “читатели получают серьезный материал, о котором сообщается подробно и аналитично”, относится в одинаковой степени и к утренним, и к вечерним газетам... Конечно, выходящие на столичных рынках северных стран вечерние таблоиды в большинстве не принадлежат к качественной журналистике. Но и поставить их в один ряд с британскими таблоидами тоже нельзя. Самый яркий пример, который тем не менее подтверждает общую тенденцию, можно найти на газетном рынке Норвегии. Столичный вечерний таблоид “Дагбладет” в 1980-е гг. пошел на рискованный шаг. Газета изменила свою концепцию, став более серьезным изданием с приоритетами, отдаваемыми политическим дискуссиям и вопросам культуры. “Скепτικο-рационалистический взгляд на события, но на дистанции от них, и ирония”, – такими принципами руководствуются журналисты “Дагбладет” сегодня. Корректировка линии газеты повлияла и на улучшение качества самого крупного вечернего таблоида Норвегии – “Вердене ганг” (“VG”), который увеличил число аналитических материалов и дискуссий, повысил информационную насыщенность материалов... Вечерние газеты северных стран реализуются в розницу, поэтому их многокрасочные первые полосы, пестрящие крупными заголовками, скорее способ привлечения покупателя, а не читателя. Отказ от порнографии, секса, скандалов, хотя бы в качестве главного фокуса содержания, ориентация на новости внутренней и внешней политики, культуры – так можно сформулировать линию северных вечерних таблоидов»².

В другом своем исследовании «Медиаэкономика зарубежных стран» Е. Варганова уже напрямую называет вечерние газеты квалоидами: «В странах Северной Европы таблоидизация идет “снизу”: массовые таблоиды, имея максимальные тиражи и характерный

стиль оформления, стремятся к повышению качества содержания. Так возникает квалоид – особый тип массовой вечерней газеты, сочетающей стиль таблоидов с освещением широкой панорамы мировых событий, анализ серьезных вопросов внешней и внутренней политики с простым и доходчивым языком изложения. Как считает профессор К. Норденстренг (Финляндия), квалоиды входят в набор обязательного чтения даже любого интеллектуала на Севере Европы»³.

Мы считаем, что провести параллель между вечерней прессой и квалоидами, хотя и с оговорками, можно также в российской прессе. Понятие «вечерняя пресса» не несет в себе какого-либо важного типологического значения. Безусловно, определяя то или иное издание в системе СМИ, можно определять его и по такому типологическому признаку, как время выхода (утренняя или вечерняя). Вечерними могут быть различные издания: бульварные, спортивные, общественно-политические, квалоиды.

В. Горохов дает следующее определение вечерней прессы: «Советские **Вечерние газеты** содержат последние общественно-политические новости, информируют читателя о состоянии и перспективах жилищного строительства, благоустройства, бытового обслуживания, о событиях культурной жизни данного города; значительное место уделяется объявлениям (о приеме в учебные заведения, защите диссертаций, текущем репертуаре театров и т.д.). Оформление **Вечерней газеты** отличается насыщенностью иллюстративным материалом. В капиталистических странах основным источником существования газет, в том числе и вечерних, является доход от рекламы. Поэтому основная масса публикуемого материала имеет рекламно-развлекательную направленность, новостям общественно-политической жизни отводится меньшее место»⁴.

В воронежском еженедельнике «МОЁ!» как минимум по одной полосе выделяется на криминальные и спортивные новости. Есть полоса для дачников и детская страничка. Часто появляются юмористические публикации (например, перепечатки из журнала «Красная бурда»). Одна страница посвящена отношениям между мужчиной и женщиной. Также появляется светская хроника, в том числе и интервью с приезжими знаменитостями. Публикуются «бытовые» материалы: как правильно выбрать какие-либо материалы для ремонта, кулинарные рецепты. Однако в «МОЁ!» не хватает материалов, посвященных культурной жизни города: отсутствует информация об открытии различных выставок, нет рецензий на спектакли, интервью с воронежскими писателями, музыкантами и художниками.

Итак, насколько схожи между собой вечерние газеты и квалоиды?

С. Индурский, проработавший главным редактором московской «Вечерки» с 1966 по 1988 гг., пишет в своей книге «Газета выходит вечером»: «Особо ценятся в “Вечерней Москве” информационные заметки о людях. Стараемся как можно больше таких заметок выносить на первую полосу, подавать их броско»⁵.

Еженедельник «МОЁ!» также часто пишет о людях. При этом в появлении таких публикаций нет равномерности. Иногда в номере подобных материалов нет, иногда встречаются один-два (например, в № 40/881 рассказано о пенсионере Александре Березянском, который с помощью программы Photoshop соединяет фотографии старого и сегодняшнего Воронежа) и о 14-летней Регине Подольской, которую терроризирует отец-пьяница. А встречаются и номера, где подобных материалов четыре и более: так, в № 50/891 рассказано о Александре Солдатове (он почувствовал себя плохо за рулем, врезался в дерево, погибла его жена, а сам он оказался на скамье подсудимых), о больном синдромом Дауна Александре Попове (он осиротел в 37 лет и не может жить самостоятельно), о 8-летней Ане Беннер (она стала первой в Воронеже, кто болен синдромом Дауна и учится в обычной городской школе) и о кровельщице из Россоши Николае Савченко (он делает купола для храмов в России и за границей). И это не заметки, а, скорее, зарисовки с элементами интервью и репортажа.

С. Индурский отмечает, что репортеры «Вечерней Москвы» не ограничивают себя рамками одного жанра: «В последнее время все чаще появляются материалы, гармонично сочетающие элементы репортажа, комментария, интервью, информации»⁶. По мнению редактора, подобное слияние жанров «позволяет глубже проникнуть в материал, сделать его действеннее, усиливает восприятие, как смена планов в кинофильме»⁷.

В газете «МОЁ!» также очень много материалов на стыке жанров. Так, в № 40/881 в материале «Кому в Воронеже жить плохо?» приведен список самых неблагоприятных для жизни мест Воронежа. В статье приведены мнения жителей этих мест, комментариев главного санитарного врача области, уличный опрос на тему «В каком районе города вы хотели бы жить?», а также две врезки – «Самые криминальные улицы Воронежа» и опрос посетителей сайта газеты «Какие районы города благоприятны для жизни». В том же номере материал «Воронежские школы теряют молодых учителей», в котором анализируется проблема нехватки молодых учителей в школе, в том числе приведены комментарии различных специалистов. В № 41/882 в материале «ПриДВОРные интриги» корреспонденты нашли самый лучший двор в Воронеже и выяснили, что на его благоустройство власти выделили в 10 раз больше, чем на ремонт обычного двора. Помимо репортажа приведена также информация из управы района, в котором находится этот двор. В № 42/883 в материале «За 15 лет в Воронеже построили только один детсад» не только рассказано о проблеме нехватки детских садов, но и приведены комментарии представителей администрации и заведующего одним из детских садов, а также рассказано об опыте Липецка, где за детей, не устроенных в детсад, платят 5 тысяч рублей.

Список можно продолжать, потому что в каждом выпуске «МОЁ!» встречаются «внежанровые» материалы. Более того, именно подобные статьи и заметки составляют основу всех материалов. Иногда появляются репортажи, классических же интервью почти нет.

В своей книге С. Индурский неоднократно пишет о том, что газета реагирует на письма читателей, по этим обращениям журналисты часто пишут материалы. Главный редактор газеты «МОЁ!» Владимир Мазенко говорит: «Наша задача – создавать по-настоящему народную газету, и мы двигались по этому пути еще до того, как в обиход активно вошел термин “гражданская журналистика”. От 50 % до 70 % материалов, опубликованных в “МОЁ!”, подготовлены после обращения в редакцию читателей и при непосредственном их участии. Письма и звонки, а сейчас еще SMS-ки и MMS-ки, всегда определяли наш выбор тем»⁸. Более того, редакция газеты отдала полосу исключительно под новости от читателей: «Новости присылают нам читатели, а журналисты “МОЁ!”, если это требуется, выясняют дополнительные подробности и берут комментарии экспертов»⁹. При этом «авторы самых интересных новостей получают гонорары, а если новость, подготовленная по сообщению читателя, попадает на первую полосу газеты, народный корреспондент зарабатывает 1000 рублей»¹⁰.

С. Индурский отмечает: «Особую часть редакционной почты обеспечивают устраиваемые “Вечеркой” всевозможные конкурсы. По мнению коллектива редакции, вечерняя газета обязана уметь использовать конкурсы как своеобразный вид диалога с читателем»¹¹. «МОЁ!» также часто проводит конкурсы: «Наши читатели активно участвуют в фотоконкурсах: одновременно мы обычно проводим 3-4 конкурса на разные темы. Фотографии читатели обычно самостоятельно загружают на наш портал, а лучшие фото мы публикуем на страницах газеты»¹². Читателям предлагаются не только фотоконкурсы. Так, в конце 2011 года был объявлен конкурс «Мировой закусок»: читателям предложили принести в редакцию различные соленья и выпечку, которые оценивали профессиональные дегустаторы. Газета также проводит и социальные акции: в декабре 2011 года стартовала акция «Стань волшебником!», где читателям предложили побыть в роли Деда Мороза и исполнить мечты ребят из школы-интерната № 1. Подарков было столько, что хватило еще на одну школу-интернат. Более того, читатели несли подарки и после завершения акции.

Следующий элемент сравнения, возможно, будет не совсем корректен, но тем не менее показателен. В 1976 году в «Вечерней Москве» появился новый фельетонист М. Вечеркин – коллективный псевдоним. Редакция тщательно прорабатывала персонажа, и «в газете появилась фигурка человека в очках, с карандашом и блокнотом в руках, с повязкой с надписью «ВМ» на правой руке»¹³. В «МОЁ!» тоже есть свой персонаж – МОЁшкин кот. Рисованный герой то и дело появляется на страницах газеты и иронично комментирует различные публикации.

С. Индурский уточняет, что вечерняя газета – это газета городская, основная цель которой – информировать читателей о событиях в стране и преимущественно в

городе. Теперь дадим слово главному редактору «МОЁ!» Владимиру Мазенко: «Это издание общего интереса, ориентированное на активных жителей Воронежа от 16 до 75 лет, которым не безразлично, что происходит в городе. В «МОЁ!» присутствует мощный новостной блок, аналитические материалы, телепрограмма, развлекательные статьи, среди которых эксклюзивные интервью со звездами и т.п., а также полезные советы»¹⁴. К слову, во времена редактора Индурского «Вечерняя Москва» также публиковала советы специалистов.

Таким образом, проводить параллели между вечерними газетами и квалоидами, на наш взгляд, допустимо. Мы считаем, что, появившись как сочетание качественной и развлекательной прессы, квалоиды также вольно или невольно стали и продолжателями дела «вечерних газет». Если говорить о вечерних газетах, выходявших в СССР, то эти издания также были сочетанием качественного и развлекательного. «Вечерки», так же как и остальные издания того периода, уделяли место политике, но больше все-таки в вечерних газетах было информации о социальных проблемах и конкретных людях. При этом не страдало качество материалов — тексты были написаны профессионалами, нередки были комментарии специалистов и т.д.

Теми же принципами (как при выборе тем, так и при написании материалов) сегодня пользуются квалоиды. В частности, газета «МОЁ!».

г. Воронеж

Примечания:

1. Страшнов С.Л. Квалоид / С.Л. Страшнов // Журналист. — 2010. — № 9. — С. 64-65.
2. Вартанова Е.Л. Северная модель в конце столетия. СМИ стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием / Е.Л. Вартанова — М., Изд-во Моск. Ун-та, 1997. (http://www.evardist.narod.ru/text19/019.htm#з_02_02_2)
3. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е.Л. Вартанова — М., 2005. — С. 144.
4. Большая советская энциклопедия (<http://bse.sci-lib.com/article004621.html>).
5. Индурский С.Д. Газета выходит вечером. Записки редактора / С.Д. Индурский. — М.: Мысль, 1979. — С. 23.
6. Там же. — С. 36.
7. Там же. — С. 38.
8. Мазенко В. «Чтобы не похоронить газету, не стоит делать сайт ее электронной копией» (<http://www.planetasmir.ru/blogi/comments/5975.html>).
9. Там же.
10. Мазенко В.: «Наше место там, где находится сегодня читатель» // Журналист. — 2011. — № 11 — С. 51-52.
11. Индурский С.Д. Указ. соч. — С. 133.
12. Мазенко В. «Чтобы не похоронить газету, не стоит делать сайт ее электронной копией».
13. Индурский С.Д. Указ. соч. — С. 138.
14. Мазенко В. «Чтобы не похоронить газету, не стоит делать сайт ее электронной копией».



С. Страшнов

Литературоцентризм и медиатизация

(к постановке проблемы)

Характеризуя глобальные тенденции в сферах культурного потребления, все чаще теперь склоняются к представлению, что на смену недавнему литературоцентризму приходит медиацентризм¹. Причем обычно каждое из этих явлений прямо связывают с триумфом соответственно словесного искусства или журналистики, игнорируя их соотносимость. Наверняка, нелепо смотрелись бы амбиции восстановить всю историю взаимоотношений, но отчего же не попытаться понять и представить некую логику взаимного развития, если таковая, конечно, имеется? Попробуем выделить хотя бы некоторые звенья и закономерности.

С момента своего возникновения занятие журналистикой очень долго казалась деятельностью, скорее всего сопутствующей художественному творчеству: родовые различия обнаруживались постепенно. Хотя первое искусство, которое приходит на ум в связи с журналистикой, — это, естественно, литература, стоит подчеркнуть, что журналистика зарождается в лоне и не словесности только, а синкретического обрядового действия, где, разумеется, уже присутствовали элементы оперативного информирования. Пражурналистские явления отыскивают и в составе более позднего фольклора: в частности, прообразы современных криминальных хроник различимы в западноевропейских средневековых балладах. И всё же именно литература дала авторам первых газетных публикаций прямые образцы творческих приемов и форм, которые благодарно заимствовались: так, интервьюеры проходили выучку у драматургов, репортеры — у новеллистов. Наиболее влиятельными изданиями на протяжении XVIII — первой половины XIX веков остаются художественные журналы и альманахи, и показательно, что самые актуальные материалы здесь — сатирические. Но ведь они же — и самые условные.

Именно литература продолжала оставаться для журналистов, а фактически — литераторов середины позапрошлого века — родной стихией. Но верно и противоположное: в самые звездные для себя часы, когда литература в обществе главенствует, ею самой управляет критика — явная на тот момент разновидность журналистики. Литературные новости были знакомы публике чуть ли не лучше, становились известны чуть ли не раньше новостей политических. Однако гораздо важнее, что на основе художественных произведений вырабатывались авторитетные для общества мнения, которые складывались подчас в идеологию.

Представления да и практика постоянно взаимодействовали и даже смешивались: «реальная» критика по источникам своим являлась сугубо литературной, а писательские тексты всё заметнее пропитывались злобой дня. Не потому ли и Н.К. Михайловский

констатировал, что вся история русской литературы второй половины XIX века есть история журналистики². Но справедливо было бы считать и наоборот, поскольку и сотрудники популярнейших изданий, и писатели являлись тогда настоящими «властителями дум». В начале следующего столетия эмансипация — причем с обеих сторон — как будто бы намечалась, но развернуться она так и не успела. В советские же годы литература и журналистика вновь накрепко сплавляются под давлением политики — на сей раз давлением извне, но охотно принимаемым большинством участников процесса.

Характерно, что многие партийные руководители величают себя литераторами, а журналисты — литературными сотрудниками. Писатели нередко составляли костяк редакционных штатов, контрабандой принося в СМПП качества, наиболее ценимые в мире сопредельном. Впрочем, пропагандистские медиа, нуждающиеся в страстности больше, чем в аналитичности, этому и не противились. Правда, искусство (особенно театральное и словесное) позволялось всегда побольше, чем радио-телевидению, журналам-газетам. Даже гласность середины 1980-х годов начиналась в области освобождения от запретных тем повестями «Пожар» В. Распутина и «Печальный детектив» В. Астафьева, поэмами «Фуку» Е. Евтушенко и «Ров» А. Вознесенского, романом «Плаха» Ч. Айтматова, и только потом, хотя уже и откровеннее, о бесхозяйственности, преступности, деспотии, наркомании заговорили периодические издания «Московский комсомолец», «Московские новости», «Огонек», телевизионная программа «Взгляд».

Вот здесь впервые и остановимся. Возвышение литературы в лучшие для нее времена объясняют ее универсальностью, духовно-практической природой³, но, пожалуй, не менее объемна по своему потенциалу публицистика, которая находится на стыке информационно-аналитической журналистики и художественного творчества. В отличие от первой она действует не только на разум, но и на воображение, поскольку эмоциональна, раскованна, авторитетна. Но она же намного динамичнее, определеннее, социальнее традиционного искусства. Подобный симбиоз и позволяет стремительно овладевать большими массами людей — иногда, заметим, даже неграмотных, как это происходило в годы революций со слушателями митинговых речей и иных программных выступлений.

Ошибочность расхожих представлений о литературоцентризме заключается, по-видимому, в том, что его обычно связывали с явлениями, имевшими значение непреходящее («золотой» век, «серебряный» век), тогда как особенно резонансны бывают публикации, синхронные эпохе. Конвертируемые русские

классики, скрывающие в своих текстах бездны смыслов, в момент наивысшей популярности книг никогда не попадали в разряд лидеров современного им литературного процесса. Для молодежи, слушавшей траурный монолог Достоевского, Некрасов располагался выше Пушкина. Но ведь, наверняка, и выше Л. Толстого, да и самого оратора. То есть произведения актуальные, доступно увлекающие оказываются в подобных обстоятельствах для публики важнее и значительнее неисчерпаемо емких шедевров. Много-сложный и многозначный роман «Доктор Живаго» мог печататься на исходе «перестройки» миллионными тиражами, но востребован он был прежде всего потому, что адаптировался восприятием в политизированной плоскости. Так что литературоцентризму по крайней мере сопутствует (если не определяет его) медиакратия.

К какому бы периоду литературоцентризма, когда, по меткому выражению М. Жванецкого, «читать интереснее, чем жить», мы ни обратились («оттепелям» XIX и XX веков, «перестройке»), в любой из них резко поднималась авторитетность печатного слова — причем не только художественного. Измученные тотальной цензурой, изголодавшиеся по правде, люди буквально набрасываются на первые плоды половинчатой гласности, обеспечивая тем самым и литературе, и журналистике звание «четвертой власти». Беспрецедентно растут тиражи — и заметьте, не столько книг, сколько газет и журналов, где и литературные произведения обычно появляются раньше всего, миллионы собираются у телевизоров даже (или — именно) во время трансляции депутатских съездов.

Советская идеология подталкивала в теории к красноречивой подмене: понятие публицистики вбирало в себя понятие журналистики. В одной из работ Е.П. Прохорова было сказано: «Информация — даже в хроникальном виде — это часть публицистики»⁴, и ему вторила В.В. Ученова, требовавшая быть публицистом, то есть тенденциозным даже в трехстрочной информационной заметке⁵. В тот же период сложилась и отечественная концепция подготовки будущих журналистов как модель в основе своей опять-таки филологическая. Однако за самым бесспорным — «перестроечным» — утверждением литературоцентризма (процентов на 90 состоявшимся благодаря медийному сопровождению) последовал столь же очевидный его крах. В 1995 году Н. Иванова писала об этом так: когда внеположные «функции у литературы были отобраны реальной политологией, социологией, философией и т. д., литература осталась литературой»⁶. Нечто подобное — добавим уже от себя — происходило и с журналистикой, которая тогда же особенно стремилась к самоопределению.

Люди вдохновлялись надеждами, в том числе на успех рыночных отношений, но когда утопии впервые в нашей истории наглядно свершились, именно экономика похоронила многие социокультурные проекты. Свобода — предпринимательства, но и слова тоже — создала условия для выбора, а вскоре наглядно предоставила и сам — невероятный после многолетнего дефицита — выбор. Возможности существенно

расширились, иерархичность ослабла, откликаться не на главное, а на многое сразу оказалось невероятным, и достаточно однообразный, обозримый поток художественно-медийной продукции, а также относительно единая аудитория распались на ручейки и группки: культура раздробилась на сегменты, а средства массовой информации стали демассифицироваться. Расслоение, даже разобщение наблюдаются и там, и тут.

Венчала и усиливала экономические, социальные и психологические процессы, сообщала им необратимость революция технологическая: распространение Интернета, мобильной телефонии безгранично умножают и источники информации, и художественные предложения, долгие годы сконцентрированные в сферах литературы и кино. Причем новые средства коммуникации видоизменяют отношения между профессиональными вещателями и воспринимающими: последние сами заявляя о себе в качестве журналистов, фотографов, писателей (блогеров), операторов. И. Грёбель выявил следующую эволюцию: исходная коммуникативная модель, когда немногие (авторы) обращались к многим (потребителям), в ходе цифровых смещений, быстро миновал стадию «многие — многим», стала антонимом первоначального: «многие — немногим»⁷. Следует, наверное, лишь добавить, что все чаще сегодня немногие общаются с немногими же.

На первых порах (у нас — в начале 1990-х) особенно заметным было отталкивание СМИ от искусства: газетные либо радиальные сообщения всё реже напоминали собой отражения образные. Специфику, в свою очередь, подчеркивали и творцы. В результате выделяются обособленные в собственных нишах, как в раковинах, но зато родственные друг другу по типу качественная периодика СМИ, специализированные профили в социальных сетях, с одной стороны, и элитарные субкультуры, с другой. Журналист и художник здесь взаимно отдаляются, подчас даже высокомерно, как в случае с И. Бродским, подчеркнувшим, что «литература не есть сфера журналистики»⁸, но при этом каждый направляется к сущности собственной деятельности.

Аналогии возникают и на прямо противоположном фланге, где «желтая» пресса и развлекательное телевидение выступают как бесспорные двойники массовой культуры. Общие для них стандарты одновременно и устанавливаются вкусами усредненной аудитории, и моделируются под влиянием соответствующей продукции. Бросается в глаза коммерциализация искусства, но коммерциализация СМИ проступает еще заметнее. Получается, что демассификация не отменяет собою омассовления, хотя и пытаясь ему противодействовать.

Сохраняется вроде бы и нечто промежуточное как отголосок недавних литературоцентризма и медиакратии: многие прозаические произведения, особенно в жанре антиутопии, несмотря на всю его исходную фантастику, публицистичны, но наряду с этим наиболее устойчивое внимание публики привлекает к себе литература non-fiction (документалистика, мемуары, письма). И всё же переходное звено не разрастается —

скорее уходит в тень. Ведь даже в конце предыдущего века трансляцией культурной информации на весьма значительные слои населения занимались посредники в виде просветительских изданий – в первую очередь, «толстые» журналы. Они продолжают выпускаться и теперь, однако вместе с солидными тиражами утрачивают с тех пор и влияние, сосредоточив усилия на сбережении вокруг себя остатков интеллигенции. Иными словами, и они превратились в замкнутую субкультуру или, как иногда говорят о подобных СМИ, – культурную резервацию.

Намечается как будто бы такая предварительная гипотеза: несмотря на перемены самые решительные, совпадения в художественной и медийной сферах – при общем невиданном прежде, а теперь бросающемся в глаза внутреннем разнообразии – очевиднее конфронтации. Причем пути журналистики и искусства сходны даже тогда, когда они как будто бы не взаимодействуют непосредственно, когда такие пути скорее параллельны. Соответственно и рассматривать феномены лучше в сопоставлениях. Но вместе с тем нелепо было бы и отрицать присутствие искусства в общей медиатизации жизни.

Конечно, СМИ отгеснили ту же литературу поближе к периферии общественного внимания: в газетном заголовке теперь процитируют скорее не значительного поэта, как раньше Высоцкого, а рекламный слоган, и даже детективам Марининой или Донцовой не присягнётся рейтинги, собираемые телевизионными реали-шоу (вроде «Пусть говорят»). Только ведь оба последних жанра равно относятся к массовой культуре. Зато утверждать, что одно другому подчиняется, уже затруднительно. Иное дело – зависимость сегодняшних литературных и иных творческих судеб от масс-медиа, но в основном таких, как реклама и ПР, которые неизбежно активизируются в ситуации выбора. Конечно, любая репутация может создаваться и в тусовке, но гораздо шире и эффективнее ее организация осуществляется медийными средствами.

Здесь-то и открывается нынешнее писательское аутсайдерство. Вспомним XIX век, когда по части популярности у поэтов и романистов практически не было соперников, – даже из области не слишком развитого пока спорта. А вот сейчас они оказываются среди культовых фигур крайне редко: о них вспоминают по причинам скорбным (смерть, например, А. Вознесенского), премиальным, а также когда умело ведется имиджестроительство (интрига скрывающегося от людей и тем самым привлекающего к себе их внимание В. Пелевина) или, наконец, если кто-то сам активно (как Д. Быков, В. Ерофеев и З. Прилепин) работает в СМИ. Роль литературы в повестке дня весьма скромная, и, видимо, косвенно это свидетельствует о том, что масскульт властвует здесь менее активно, чем, допустим, в шоу-бизнесе.

Разумеется, речь идет лишь о каналах весьма широких. Оповещение нишевое (в «Литературной газете», «Книжном обозрении», на таких специализированных сайтах, как «Новости литературы»), конечно же, производится, но властителями дум и «звездами» оно писателей сделать уже не способно. Литературная

журналистика тоже обособилась, будучи экспертно сориентированной на ближайший круг читателей. Там же, где критик (в газете либо на телевидении) выходит за эти ограниченные рамки, он занимается главным образом книжным маркетингом и премиальным менеджментом, то есть деятельностью прагматичной, а не духовной.

Преобладающие настроения в среде художественной интеллигенции – уныло ностальгические. Книга обозревателя «Литгазеты» Льва Пирогова открывается разделом, озаглавленным «Плач по тоталитаризму»⁹. Но ведь и многое из того, что печатает из года в год его родное издание, звучит подобному диагнозу в унисон. Причем есть от чего! Флагман нашей литературной журналистики не может не реагировать на утрату словесным искусством прежнего влияния, а писателями – социального статуса. Свобода обернулась ненужностью: творчество теснят проекты, происходит постоянное сокращение числа читающих, книги преобразуются в планшетные и аудио-форматы, восприятие даже у верных поклонников литературы из целостного превращается в фрагментарное. Былой пафос испаряется подчас из произведений самых упертых авторов, разочарование подпитывает собою художественно исчерпавший, казалось бы, себя, приспособившийся в облике инфотейнмента к журналистике постмодернизм.

Впрочем, далеко не всем положение представляется фатальным: кое-кто призывает к действию. Издатель Е. Шубина, к примеру, едва ли не стыдит отчаявшихся: «Замечательным женщинам, работающим в библиотеке, их читателям не хватает нормальных книжных обзоров, вменяемого языка критики. Скажем, «Ex libris» им это не дает, они просто не понимают этого языка. Им нужен не скандал, не приколы, а нормальное, вменяемое объяснение, что же происходит»¹⁰. Вольно, разумеется, сетовать по поводу того, что нарушено единство художественного развития, что часть литературы превратилась в потребительский товар и беззастенчиво пиарится в СМИ, а другая часть, на дух этого не приемля, сама отторгается от любой актуальности, но искусство может вспомнить и собственный традиционный и вполне достойный способ самопродвижения – в виде просветительства.

Его варианты могут быть и бывают разными. Прежде всего это литературно-художественная и медийная критика. Да, порой они уклоняются то в сторону герметизма, то, напротив, в сторону рекламности, но по определению критика все-таки – ресурс ценностно-ориентирующий. Другую возможность интеграции реализуют сами художники и журналисты в форме беллетристики, миддл-искусства и популярных СМИ. Во всех подобных случаях потребности достаточно многочисленных аудиторий и учитываются, и развиваются.

Своеобразие ситуации последнего двадцатилетия, видимо, заключается в том, что на смену совокупному литературо-медиацентризму (в зримом варианте «четвертой власти») пришла медиатизация как процесс вовлечения в сферу влияния масс-медиа всего, включая сюда и искусство. В результате заметной экспансии

средства массовой информации (и шире — коммуникации) стали ведущим социокультурным институтом, не просто отвоевавшим себе место в одном ряду с семьей, школой, церковью, общественными и политическими объединениями, а постепенно подминающим и подменяющим их. Вместе с тем подобным образом обозначается роль масс-медиа исключительно в целом — как таковых. Общая медиатизация лишена прежней сосредоточенности, когда существовали и основное направление воздействия, и центральные СМИ.

Более того: в новом веке медиатизация стремительно утрачивает свой единообразный характер: в ходе демассификации СМК все гибче приспособляются к индивидуальным потребностям и вкусам. Но ведь примерно то же самое наблюдается и в области искусства, существующего в отсутствии общего центра и также в зоне действия дезинтеграционных тенденций. А значит, снова напрашивается вывод о сходстве художественных и медийных процессов, несмотря на то даже, что когда-то заведомым лидером считалась литература, а ныне — СМК.

Примечания:

- 1 См., например: Кондаков И. По ту сторону слова: (Кризис литературоцентризма в России XX—XXI веков) // Вопросы литературы. 2008. №5. С. 43.
- 2 См. в кн.: Литературный процесс и русская журналистика конца XIX — начала XX века: 1890—1904. Буржуазно-либеральные и модернистские издания. М., 1982. С. 4.
- 3 См., например: Гачев Г. Образ в русской художественной культуре. М., 1981. С. 41-66, 130.
- 4 Прохоров Е.П. Публицист и действительность. М., 1973. С. 137.
- 5 См.: Ученова В.В. Основные направления разработки теории публицистики. М., 1978. С. 63.
- 6 Иванова Н. Триумфаторы, или Новые литературные связи в контексте нового времени // Звезда. 1995. №4.
- 7 См.: Вопросы литературы. 2011. №2. С. 139.
- 8 Звезда. 2000. №5. С. 8.
- 9 См.: Пирогов Л. Хочу быть бедным. М.; Владимир, 2011. С.3-114.
- 10 Вопросы литературы. 2004. №4. С. 17.



М. Чулюкина

От рукописного дневника до блога: эволюция жанра

Дневник, как своеобразный публицистический жанр [1], прошел большой путь развития. Когда появились первые дневники, точно установить вряд ли можно. Однако известно, что дневнику предшествовали хроники и путевые заметки. В XVIII веке в оосии поощрялась привычка вести дневник, как в царской семье, так и в среде дворянства, а с распространением грамотности дневниковая форма получила более широкое распространение. Популярность личных дневников или, как их часто называли, — журналов (буквальный перевод с французского), возросла в XIX в. Ведение дневника было обязательной частью системы воспитания в образованных дворянских семьях того времени.

Со временем дневниковый жанр стал не просто средством самовыражения, но способом сохранения памяти. Основная черта жанра на этом этапе — интерес к внутреннему миру личности, потребность в самонаблюдении и исповедальности. Уже в конце XVIII — начале XIX века благодаря возможности быть опубликованным дневник становится доступным читающей публике, перестает быть частным делом автора, что способствует эволюции дневникового жанра: всевозможные записи «по ходу событий» становятся компонентом исторического сознания общества. Этот период можно считать началом зарождения дневниковой формы публицистики.

Замечательными образцами русских публицистических дневников XIX в. стали дневники А.С. Пушкина, А.И. Герцена, Н.Г. Чернышевского, Л. и Софьи Толстой, В.Г. Короленко и др. Здесь представлен человек в общественных, конкретно-исторических связях, с его интересами, мотивами, установками, широкий социокультурный фон для раздумий о взаимодействии индивида и общества. Богатейший материал для истории журналистики содержится в дневнике А.С. Суворина. Автор был крупным организатором печати, талантливым публицистом, он знал многих литераторов — Н.Г. Чернышевского, Н.А. Некрасова, Л.Н. Толстого, Ф.М. Достоевского, А.П. Чехова и др. Большое место в дневнике редактора занимают сведения о журналистике и взаимодействии органов печати между собой.

В XIX веке публицистический дневник чаще всего представлял собой либо художественный, либо документальный текст, культивирующий личные переживания автора, его субъективное отношение к миру. В дальнейшем же в культуру ведения дневника стали вливаться нотки рационализма, в текстах стали чаще появляться факты из биографий, событий общественной жизни и т. д. На сегодняшний день мы видим, что дневниковый жанр как социокультурная форма отображения действительности распространен

очень широко, и не только в сфере публицистики, но и в сфере художественной литературы (для придания художественному описанию документального звучания), в кино и т. д.

Естественно, что в наше время — в век Интернета, стирающего границы и сокращающего время, дневник также не мог быть не использован для решения определенных задач в ходе виртуального общения. Сейчас, хотя с момента появления первого блога прошло чуть более шести лет, в глобальной сети уже существуют миллионы блогов. Резкий рост их числа объясняется тем, что блоги дают людям возможность высказаться и быть услышанными, у них появился шанс заявить о себе миру. Пользователь сети слышит их (чаще всего) не профессиональное мнение. Но иногда это мнение, все-таки, оказывается и высокопрофессиональным, экспертным. Блог является не только средством привлечения к себе внимания публики, но и инструментом проявления высокой общественной активности.

Блоги, как известно, имеют большую популярность в сети, что обусловлено, прежде всего, их доступностью для аудитории, и полной свободой самореализации для авторов (блоггеров). Огромное множество существующих в данный момент блогов, можно разделить на следующие их виды [2]:

1. В зависимости от того, на чем веб-пространстве находится блог — standalone блоги, находящиеся на специальных блог-службах (LiveJournal.com или Diary.ru);

2. От того, кто пишет в блог: индивидуальные (принадлежат и пополняются исключительно силами одного автора) и коллективные (несколько авторов);

3. В зависимости от целей создания: личный — как правило, представляет собой аналог дневника или ежедневника; тематический — содержит записи посвященные, в основном, какой-то одной теме; бизнес-блог — ведется для продвижения какого либо товара или услуги. Помимо рекламы часто содержит полезную информацию, например обзоры или комментарии; общественный — создается с целью внутреннего (с коллегами) или внешнего (с клиентами, обычными читателями) общения. Общественные блоги нередки при корпорациях, некоммерческих организациях и т. д.

4. По содержанию: текстовый — классический блог, основное содержание которого — тексты; фото-блог — состоит из графических изображений и фото; музыкальный — содержит аудиофайлы; подкаст — блог, содержание которого надиктовывается автором и выкладывается в сеть в формате аудиофайлов; видеоблог, соответственно, представляет собой страницу с видеофайлами.

5. По особенностям контента можно выделить: контентный блог — содержит в основном уникальный авторский контент; мониторинговый (ссылочный) — содержит ссылки на другие сайты с авторскими комментариями; цитатный — большая часть содержания такого блога представляет собой цитаты из других источников; тамблелог — отличается от обычного блога тем, что он больше похож не на дневник, а скорее на записную книжку или черновик; сплог — создается для заработка или раскрутки других сайтов» [3].

В данном списке из «Википедии» публицистический блог не обозначен, но это связано лишь с основаниями классификации, избранной составителями данного списка, их понятийным тезаурусом. То есть в данном случае можно сказать, что мы имеем дело с курьезом, который случился с известным героем пьесы Мольера «Мещанин во дворянстве», который не знал, что говорит прозой, пока ему об этом не сказали. Язык Интернета и язык научного гуманитарного исследования, к сожалению, часто не соприкасаются. Но это не значит, что публицистических блогов нет, они реально существуют. И все резонансные для общества публикации (например, А. Навального, Дм. Быкова и др.) — это содержание именно публицистических блогов.

Что же представляет собой публицистический блог в Интернете? Если учитывать изложенную выше классификацию блогов, то собственно публицистический блог может быть по своим характеристикам личным (индивидуальным) или коллективным, его содержание может включать в себя как уникальный авторский текст, так и фотографии, видео, аудиофайлы.

Что же есть общего между традиционным печатным (рукописным) публицистическим дневником и публицистическим блогом и что их различает?

Сходство состоит в том, что виртуальный дневник и традиционный, бесспорно, обладают такой общей характеристикой: в них обязательно соблюдается синхронность создания дневника ходу описываемых событий. Есть ещё одно сходство. Оно опровергает распространенное мнение о том, что основной особенностью блога, отличающей его от традиционного дневника, является наличие читателя в первом случае и якобы его отсутствие во втором. Конечно, о расходе блога на необходимость читателя свидетельствует его фактическая доступность всем пользователям сети или отдельного интернет-ресурса. Конечно, в ряде случаев авторы могут считать свой блог неким камерным жанром, записью для себя. Но в этом случае возникает вопрос: с какой стати, собственно, блог размещается в Интернете?. Читатель блога, как известно, может вступить в диалогические отношения с автором интернет-дневника (комментарии, отклики, ответные записи в иных блогах, разворачивание полемики и пр.) непосредственно в момент создания блога. Это ещё одно свидетельство активной роли аудитории в жизни блога. Но все это не значит, что у традиционного дневника читателя может вовсе не быть.

Адресат есть у любого текста [4]. Традиционный дневник также имеет своего читателя. При этом, безусловно, первым читателем является сам автор. При

этом дневник, как бы автор ни старался скрыть свою «интимную тетрадь» от окружающих, рискует быть прочитанным. И в конце концов его кто-то прочитывает. Да и автор любой формы дневника, независимо от того, опубликован текст или нет, все-таки предполагает читателя-единомышленника. Современный дневник как жанр, вне зависимости от формы — на бумаге он или в Интернете, — имеет следующие признаки: регулярность — постоянство ведения записей; субъективность — проявление авторской оценки; исповедальность — искренность содержания, правдивость изложения; синтетичность — слияние разнородных элементов. Разумеется, что вышеперечисленные признаки не являются единственными характеристиками, объединяющими традиционную и виртуальную формы дневника.

В процессе естественных жанровых изменений дневник как жанр публицистики, начиная с путевых заметок и интимного повествования рубежа XVII—XVIII веков до собственно публицистического описания реальности в веке XXI, претерпевая качественные изменения и приспособляясь к новым социокультурным условиям творчества, все же сохранил и другие основные жанрообразующие характеристики, определяющие сущность дневника.

Таковым, объединяющим описываемые нами виды дневников, свойством является часто присутствующая в сетевых дневниках дискретность, нарочитая отрывочность записей, близость их к разговорной речи. Хотя отрывочность записей в блогах — отнюдь не свидетельство нехватки времени у блоггеров, как это часто было у авторов классических дневников (они, например, писались в лагере для заключенных, в период репрессий). Отрывочность нередко выступает как особый способ, авторский прием привлечения читателей, удержания их на своем сайте. В блогах также успешно привилось и использование хронологического порядка ведения записей (указание времени фиксации записи), присущего традиционным дневникам (хотя иногда встречались случаи, когда авторы традиционных дневников не указывали даты записей: пример — «Дневник» В. Шаламова [5], не содержащий точной датировки). Надо заметить, что блоги обычно датируются не авторами, а разработчиками сервера. Но это не меняет сути дела.

Блог, перенимая основные жанрообразующие признаки у традиционного дневника, в то же время обрел и свои, специфические признаки, вызванные несколько иной его функциональной направленностью. Различие между традиционным печатным (рукописным) публицистическим дневником и публицистическим блогом состоит в следующем. Современные блоги часто выходят за рамки целей традиционной печатной публицистики, становясь электронным средством, обретающим коммерческую функцию. Большинство современных блоггеров ведут свои записи не только потому, что имеют желание общаться с аудиторией, они видят в этом общении ещё и возможность заработать. Так дневник превращается в интерактивный инструмент заработка. Программисты, журналисты, дизайнеры,

копирайтеры, психологи и прочие акторы (действующие лица) интернета, чьи услуги можно продавать через глобальную сеть, давно размещают в блогах заказные статьи, ссылки, рекламу и прочее. Коммерческий расчет часто требует от блоггеров соблюдения определенных правил ведения дневников (таких, например, как: точное следование заданной тематике, корректность высказываний, малый объем и пр.). Иными словами, возникает необходимость соблюдать условия, обеспечивающие достижение коммерческой выгоды.

Важным видится и такое отличие, разделяющее традиционный печатный (рукописный) публицистический дневник и публицистический блог, как степень доступности для читателей. У сетевого дневника она, несомненно, намного выше.

Отличие состоит и в том, что у блоггера в распоряжении несравненно более богатый, чем у автора традиционного дневника, набор выразительных средств — средства мультимедиа (фото, видео, аудио). Авторы блогов обогащают свои страницы в сети аудио и видеоэффектами, движущимися изображениями, что создает благоприятный контекст для восприятия основного текста.

Таким образом, несмотря на изменения, вызванные развитием информационных технологий, приведшие к трансформации традиционного (печатного, рукописного) публицистического дневника, воплощению его в виртуальном пространстве в форму, именуемую «блогом», жанр сохранил основные качественные характеристики и приобрел новые, что свидетельствует о его высокой жизнеспособности, нужности обществу.

г. Самара

Примечания:

1. Чулюкина М.Г. Дневник как жанр публицистики : предметно-функциональные особенности : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. — журналистика / М.Г. Чулюкина — Казань, 2009. — 23 с.
2. <http://wikiblogs.info/node/23>
3. <http://wikiblogs.info/node/23>
4. Бахтин М.М. : pro et contra. Личность и творчество Бахтина в оценке русской и мировой гуманитарной мысли. Том I / Сост., вступ. ст. и коммент. К.Г. Исупова; хронограф В.И. Лапуна. — СПб. : РХГИ, 2001. — С. 219.
5. Шаламов Варлам. Из записных книжек / Публикация, вступительная заметка и примечания Ирины Сиротинской // Знамя. — 1995. — № 6. — С. 134.



М. Толстунова

Нижегородская дореволюционная деловая пресса и власть

Развитие дореволюционной деловой прессы Нижнего Новгорода происходило в весьма нелёгких условиях, под давлением губернаторской власти и цензуры. Специалист в данном вопросе Е.В. Курбакова пытается опровергнуть распространённое представление о зависимом от «власти» положении российской прессы. Она утверждает, что «российская власть была заинтересована в формировании социально ответственного общественного мнения и воспринимала провинциальную прессу как посредника в этом непростом и наиважнейшем деле»¹. По мнению исследовательницы, сам факт возникновения нижегородской прессы по воле властей не может считаться доказательством её зависимости². Теоретически это так, однако сведения, приводимые дореволюционными исследователями и публицистами, свидетельствуют о том, что в «провинции» отношения между властью и прессой были далеки от равноправного диалога³. Этому немало способствовало то, что закон, в соответствии с которым в 1865 г. в России была отменена предварительная цензура, не касался провинциальной печати. А это давало основание для многочисленных злоупотреблений «на местах».

Кроме того, местные власти показали свою несостоятельность в качестве издателей прессы. Официозная газета «Нижегородские губернские ведомости», несмотря на продолжительное существование (1838–1917), особой популярностью не пользовалась. В невысоких оценках этой газеты сходятся дореволюционные, советские и современные исследователи⁴. Официальная часть «Нижегородских губернских ведомостей» почти не представляет интереса с точки зрения журналистики – она формировалась в основном из правительственных распоряжений и канцелярских документов. Но и наполнение «неофициальной части» – «Прибавлений к «Нижегородским губернским ведомостям» при большинстве редакторов оставляло желать лучшего. Она состояла из хроники происшествий, вперемежку со справочными сведениями и объявлениями. Редакторы, пытавшиеся «оживить» газету (А.С. Гациский, П.И. Мельников-Печерский), неизменно наталкивались на цензурные ограничения. Это заставляло их переключать внимание на материалы исторического и краеведческого характера, что не могло удовлетворить информационных потребностей читателя.

Выпуск первой деловой («ярмарочной») газеты в Нижнем Новгороде – «Справочного листка для Нижегородской ярмарки» (1857–1862) – также начался по инициативе местных властей и осуществлялся под их контролем: разрешение на выпуск «Справочного

листка...» получил в Министерстве внутренних дел нижегородский губернатор А.Н. Муравьёв, назначаемые им редакторы состояли на государственной службе, а издателем газеты являлся Нижегородский губернский статистический комитет, т.е. учреждение, подконтрольное губернатору. Дело в том, что «за программу и направление периодических изданий, выходящих в свет в руководимом им регионе, губернатор лично отвечал перед цензурным ведомством Министерства внутренних дел и не любому чиновнику особых поручений доверял редактировать или цензуровать местную прессу»⁵.

Поначалу «Справочный листок...» выходил всего лишь на двух полосах, в его содержании преобладала статистическая, справочная и официальная информация, касающаяся ярмарочной торговли.

В 1862 г. губернатор А.А. Одинцов, сменивший на этом посту А.Н. Муравьёва, поручил редактировать газету Н.П. Мельгунову. Выходец из татарского княжеского рода Мальгалей, Н.П. Мельгунов окончил Московский кадетский корпус, служил в канцелярии московского военного губернатора, в 1858 г. стал чиновником по особым поручениям при нижегородском губернаторе, благодаря чему несколько лет спустя и получил предписание редактировать «ярмарочную» газету⁶. Во время поездок за границу Мельгунова поразило обилие там частных периодических изданий, публиковавших много полезной информации для торгового сословия. Он был уверен в необходимости таких изданий и в Нижегородской губернии, поэтому занимался редактированием «Справочного листка...» с энтузиазмом⁷.

С 1864 г., благодаря усилиям Н.П. Мельгунова, газета стала называться «Нижегородский ярмарочный справочный листок» (1864–1870). В 1868 г. Н.П. Мельгунов, с согласия губернатора, арендовал её у Нижегородского статистического комитета сроком на 5 лет, т.е. издание стало частным (впервые в Нижнем Новгороде)⁸. Будучи редактором-издателем, Н.П. Мельгунов совмещал административные и творческие функции.

Однако среди исследователей истории нижегородской прессы существуют расхождения по поводу даты и обстоятельств передачи «Справочного листка...» в аренду Н.П. Мельгунову. Ф.Н. Боронин в своей статье сообщает, что Н.П. Мельгунов арендовал «Справочный листок...» ещё в августе 1857 года⁹.

Иную трактовку истории газеты «Нижегородский ярмарочный справочный листок» даёт В.Г. Короленко¹⁰. По его сведениям, данная газета изначально была частным изданием (первым в Поволжье), Н.П. Мельгунов начал её выпуск в 1860 г. В то время

добиться разрешения выпускать частную газету в провинции было почти невозможно, первые отступления от этого правила были сделаны «в пользу торгово-промышленных интересов», в крупном промышленном городе без частной деловой газеты было не обойтись. Однако из-за жёстких цензурных ограничений, «скудной» (по оценке В.Г. Короленко) программы издания, газета была обречена на жалкое существование и даже не окупала стоимости бумаги и типографских услуг. Просьбы Н.П. Мельгунова о расширении программы встречали в Петербурге отказ, и тогда он обратился к содействию А.С. Гациского и А.П. Смирнова, являвшихся в то время членами Нижегородского статистического комитета. Ради спасения газеты они прибегли к юридической хитрости: в 1863 г. Н.П. Мельгунов по договору передал своё издание губернскому Статистическому комитету «как учреждению официальному, которому, очевидно, легче было добиться расширения программы», затем Статистический комитет, по новому договору, сдал газету в аренду Н.П. Мельгунову. Редакторство в 1863 г. перешло к А.С. Гацискому и А.П. Смирнову как членам Статистического комитета. В первое время частная газета «оживилась», в ней открывался раздел за разделом, была разрешена даже публикация «политических известий», заимствованных, однако, из официальных петербургских изданий.

В 1871 г. издание вновь меняет название — «Нижегородский листок» (1871—1872) и получает право выходить круглый год, а не только во время ярмарки, редактором по-прежнему был Н.П. Мельгунов. В газете часто появлялись острые статьи (благодаря чему резко возросло число подписчиков, розничный тираж расходился «нарасхват»). Отношение властей к «Нижегородскому листку» становилось всё более настроженным. Как утверждает В.Г. Короленко, Главное управление по делам печати неоднократно подавало губернатору официальные бумаги, в которых отмечались «погрешности» данной газеты¹¹. Нижегородский статистический комитет получил «свыше» замечание о том, что «издание частной газеты общелитературного и политического направления» не входит в задачи данного учреждения, и предложение не возобновлять контракт с Н.П. Мельгуновым¹². Фактически это означало закрытие газеты. В декабре 1872 г. «Нижегородский листок» Н.П. Мельгунова прекратил своё существование.

Выдающийся русский писатель и публицист В.Г. Короленко сделал важный вывод из истории первых нижегородских деловых изданий: «...Только газета, которая не кормится от сторонних источников, а сама даёт средства своим работникам, является органом независимого мнения...»¹³. В.Г. Короленко выразил протест против экономической зависимости издания от «властей предержавших» (губернатора, городского «голова» и т.д.), которая вела к ущемлению свободы слова и творчества, противодействовала развитию провинциальной печати. Позиция В.Г. Короленко не утратила актуальности и для нашего времени.

А.С. Гациский, редактор «Справочного листка для Нижегородской ярмарки» и «Нижегородского ярмарочного справочного листка», неоднократно писал

о трудностях, которые испытывала провинциальная пресса, рассчитанная на «серьёзное служение интересам той или другой отрасли знания и жизни, а не на простое битьё на карман»: это и кадровая проблема (лучшие литературные силы стремились в столицу), и несовершенство типографского дела, и недостаток подписчиков¹⁴. По его словам, многие местные читатели предпочитали столичные издания — подписка на них стоила дороже, но и качество этого информационного «продукта» было значительно выше.

Редактору провинциального издания приходилось выполнять «обязанности, вовсе его деятельности несвойственные» — для содержания штата сотрудников материальных средств не было. «Он и статьи-то все, будь то даже простая реклама или библиографическое известие — приготовить для печати сам, сбегать и в цензуру, посиди и в типографии за корректурой часа три-четыре — сам, а под час и частное объявление от заказчика (или как у нас называют: публициста, от слова публикация) прими, сосчитай сколько в нём букв... После этого остаётся ведь только ещё газету самому же редактору подписчикам разносить!», — сетовал А.С. Гациский¹⁵. Учитывая, что газета издавалась во время ярмарки ежедневно, труд редактора был просто титаническим. Неудивительно, что в таких условиях нередко случались «курьёзы», например, в № 5, 1865 г. «Нижегородского ярмарочного справочного листка» в статье Н.И. Храмовского было пропущено 20 строк. Кроме перечисленного выше, редактор ещё должен был писать «передовицы», которые являлись обязательным элементом столичных газет. Однако в провинциальном издании было чрезвычайно сложно публиковать «передовицу» в каждом номере: во-первых, из-за недостатка материала (в то время как столичная пресса могла заимствовать темы не только «со всех концов России», но и зарубежных стран), а во-вторых, у редакторов провинциальных газет времени для написания «передовиц» было значительно меньше, чем у столичных (учитывая тот факт, что редактор выпускал газету практически в одиночку).

Ещё одна проблема, названная А.С. Гациским, — это пренебрежительное отношение столичной прессы к провинциальной, отсутствие конструктивной критики со стороны первой. И в то же время А.С. Гациский упоминает о многочисленных случаях, когда столичные издания, «нешадно, и притом совершенно бездоказательно» ругавшие «Нижегородский ярмарочный справочный листок», бесцеремонно заимствовали из него сведения о ярмарочной торговле, а иногда даже полностью перепечатывали из него статьи, без указания источника и настоящего автора. Такое поведение столичных коллег вызывало у А.С. Гациского справедливое осуждение.

О кадровых и материальных проблемах провинциальной печати, о некоторых вопросах профессиональной этики журналиста писали также М. Туринский, Ч. Ветринский¹⁶. Например, Ч. Ветринский указывал на следующие проблемы региональной прессы: с одной стороны, давление власти, цензуры, с другой — рост её коммерциализации, которая оборачивалась активным вмешательством «коммерсанта-издателя» в информа-

ционную политику редакции, погоней за рекламодателем, практикой завышения тиражей, афишированием в качестве сотрудников того или иного издания известных писателей без их на то согласия, перепечатыванием статей из других изданий без указания источников и авторов, невыплатой подписчикам денег в случае внезапного прекращения издания, «заказными» публикациями. Доходы провинциальных журналистов дореволюционного времени, по сведениям Ч. Ветринского, были весьма низкие и нестабильные (при высокой трудоёмкости и стрессовости данной профессии), что толкало их на «подсобные заработки», которые «далеко не всегда могут быть в полном согласии с характером деятельности журналиста»¹⁷. Сотрудники редакций не имели практически никаких правовых гарантий — письменный договор издателя с редактором был редкостью, а издателя с сотрудником — «вещь почти небывалая». Это порождало различные злоупотребления (например, невыплату сотрудникам гонораров). Ч. Ветринский ратует за необходимость творческой самостоятельности редактора и достойной оплаты труда сотрудников, что должно быть стимулом для повышения качества работы¹⁸.

Несмотря на закрытие в 1872 г. «Нижегородского листка» Н.П. Мельгунова, Нижний Новгород, как справедливо отмечает Ф. Боронин, уже не мог обходиться без местной прессы — «расширяющиеся торговые и деловые связи нуждались в обширной информации, торговля — в рекламе»¹⁹. Возобновление выпуска деловой прессы в Нижнем Новгороде связано с деятельностью И.А. Жукова. Уроженец Смоленской губернии, сын крупного хлеботорговца и казённого поставщика продовольствия, он рано осиротел, с 12 лет работал в конторе у своего дяди, служил в паровозных компаниях, занимаясь при этом самообразованием. В 1860-е гг. И.А. Жуков приходит в журналистику: публикуется в петербургских изданиях, в том числе журнале «Отечественные записки», газете «Голос», а в 1864 г. открывает в г. Рыбинске частную газету «Рыбинский листок». Однако эта газета, имевшая обличительный характер, просуществовала всего три месяца — её выпуск был приостановлен из-за жалоб на неё местного купечества. В 1873 г. издание газеты возобновилось под названием «Рыбинский биржевой листок»²⁰. А в 1875 г. И.А. Жуков добился перевода этой газеты в Нижний Новгород, сменив её название на «Нижегородский биржевой листок». Газета торгово-промышленная (1875—1892)²¹. Это нижегородское издание изначально являлось частным, в отличие от газеты Н.П. Мельгунова, которую он брал в аренду у Статистического комитета. В 1882 г. И.А. Жуков передал права издателя своему сыну — С.И. Жукову, оставаясь редактором до конца жизни. В 1892 г. «Нижегородский биржевой листок» был переименован в «Волгарь» (1892—1918). Сначала газета печаталась в типографии губернского правления, а с 1880 г. И.А. Жуков обзавёлся собственной типографией, в которой печатались не только «Нижегородский биржевой листок» и затем «Волгарь» с его утренними и вечерними выпусками, но и другие газеты — «Нижегородская биржа», «Нижегородская земская газета»²².

Не все нижегородцы относились к газете И.А. Жукова благожелательно. Тем не менее его вклад в развитие нижегородской периодической печати неоспорим. В отклике на его кончину, последовавшую в 1891 году, московская газета «Русские ведомости» сообщала: «Жуков писал ежедневно длинные передовые статьи, в которых касался самых разнообразных вопросов политической и общественной жизни. Он успел выработать свой собственный, чрезвычайно характерный и своеобразный стиль, которым, кажется, не писал никто другой во всей России». Другая столичная газета, «Новости дня», назвала И.А. Жукова «публицистом-самородком»²³.

Будущее было за частной прессой. Подавляющее большинство нижегородских изданий второй половины XIX—начала XX вв. являлись частными — «Нижегородский листок», «Волгарь», «Нижегородская ярмарка», «Нижегородская почта», «Нижегородская биржа» и др. Однако положение прессы оставалось зависимым: без официального одобрения властей редактор издания (даже частного!) не мог предпринять ни одного мало-мальски значимого нововведения. Кроме того, как отметил В.Г. Короленко, провинциальная печать этого периода начинает испытывать и другой вид зависимости — от капитала²⁴.

Интересна история взаимоотношений с властями частной газеты «Нижегородский листок» (1893—1917). «Нижегородский листок объявлений и справок» был основан «одесским мещанином» М.М. Миловым в мае 1893 г. Особым успехом «Листок» у читателей не пользовался, поэтому М.М. Милов в середине 1894 г. решил продать его²⁵. В июне 1894 г. права издателя газеты перешли к череповецкому купцу Н.И. Волкову, в феврале 1895 г. — к С.Н. Казачкову (по его ходатайству газета была переименована в «Нижегородский листок»), в 1897 г. — к его брату Г.Н. Казачкову, в 1899 г. — к горному инженеру, дворянину, брату царского министра С.Д. Протопопову. Этим издателям также не удавалось сделать газету прибыльной. Однако её закрытие было бы невыгодным в «идеологическом» плане: «Нижегородский листок» отстаивал интересы либеральной буржуазии и радикальной интеллигенции.

В 1900 г. издателем «Нижегородского листка» стал И.Г. Короленко, брат писателя, находившийся после ссылки в Томске и служивший там в качестве инспектора «Северного страхового общества». Место редактора занял С.И. Гриневицкий, который вёл газету до 1906 г. В конце 90-х гг. XIX — начале XX вв. в «Нижегородском листке» сотрудничали А.А. Дробышевский, П.П. Ершов, В.Е. Чешихин, Е.Н. Чириков, А.М. Горький, А.П. Чехов, В.Г. Короленко, Н.Г. Гарин-Михайловский, К.М. Станюкович, общественные деятели А.Е. Богданович, А.А. Савельев, нижегородская поэтесса А.Д. Мысовская. Нижегородские социал-демократы (А.В. Яровицкий, Я.М. Свердлов, Н.А. Семашко, А.И. Пискунов, П.М. Лебедев-Керженцев и др.) использовали «Нижегородский листок» для публикации своих материалов, освещающих жизнь рабочего класса. Газета уделяла большое внимание социальным вопросам, занимая критическую позицию по отношению к действующей власти. Из-за своего ярко выражено-

го демократического направления «Нижегородский листок» вызывал недовольство губернской администрации и цензуры и часто приговаривался к выплате штрафов или арестам за те или иные «нарушения»²⁶. В 1898 г. «Нижегородский листок» подвергся санкции за публикацию глав романа Э. Золя «Париж»²⁷. Кроме того, выпуск «Нижегородского листка» неоднократно приостанавливался по распоряжению губернатора — в 1898 г. (на 3 месяца), в 1899 г. (почти на 2 месяца) и в 1906 г. (на месяц), что весьма негативно сказывалось на финансовом положении редакции. Поводом для приостановки выхода газеты в июне 1899 г. послужила публикация о «волнении» на Сормовском заводе, вызванном задержкой зарплаты. В 1906 г. подписчикам приостановленного «Нижегородского листка» рассылалась «Нижегородская газета» (редактор-издатель — С.А. Духовской, бывший сотрудник «Нижегородского листка»). А.А. Белозёров (нижегородский революционер, писатель) приводит любопытный факт, свидетельствующий об «административно-цензурном произволе», жертвой которого нередко становилась пресса в те годы: в июне 1906 г. бывший редактор закрывшейся «Нижегородской газеты» С.А. Духовской был привлечён к уголовной ответственности за публикацию нескольких статей, «в которых указывалось на участие правительственных органов в еврейских и интеллигентских погромах»²⁸. Лишь под давлением местной общественности, вставшей на защиту С.А. Духовского, дело было прекращено.

Редактор частной газеты «Судоходец» Ф.П. Хитровский (друг и биограф А.М. Горького, основатель и первый директор Домика Каширина — музея детства писателя) после выхода первого же номера был приговорён к штрафу в 500 рублей с заменой, в случае несостоятельности, арестом — за публикацию сведений о тяжёлых условиях труда и жизни судовых рабочих²⁹. Подобным санкциям редакторы газет «Судоходец», «Волгарь», «Нижегородская биржа» подвергались неоднократно³⁰. Издания вынуждены были изобретать способы обхода цензуры для того, чтобы донести до читателей информацию, в обнародовании которой власть имущие были не заинтересованы. Например, революционные события июля 1905 г. в газете «Волгарь» были освещены с помощью уловки: публикация на соответствующую тему была представлена как «перепечатка» корреспонденции из иногородних газет³¹.

Революция 1905 г. привела к ослаблению цензурного гнёта, способствовала развитию дискуссионности между властью и обществом, между выразителями различных политических взглядов. Было разрешено создание профсоюзов и других общественных организаций, легализована деятельность политических партий — в Нижегородской губернии были представлены «левые» (народные социалисты и кадеты), «центристы» (октябристы и прогрессисты) и «правые» (Союз «Белое знамя»). Однако наблюдались и негативные последствия: рост ангажированности прессы, зависимость изданий от тех или иных партий, от крупного капитала. Как справедливо отмечают авторы книги «Творцы печатного слова» С.А. Смирнов и А.И. Шубин, политическая «поляризация» затронула

даже те издания, которые ранее провозглашали свою «беспартийность» («Волгарь», «Нижегородский листок») ³². «Нижегородский листок» открыто защищал интересы партии конституционных демократов — кадетов (присяжный поверенный Е.М. Ещин, один из местных лидеров этой партии, сначала был неофициальным редактором «Нижегородского листка», а в 1906 г. стал его издателем; финансирование этого издания осуществляли член партии кадетов С.Г. Поляк и его отец, коммерсант Г.А. Поляк); издатель «Волгаря» С.И. Жуков был членом партии октябристов, и газета соответствовала данному политическому направлению (С.И. Жуков являлся гласным членом городской думы и приходился зятем крупному нижегородскому предпринимателю-мукомолу М. Башкирову); издания консервативно-монархического направления оказывали поддержку купцы М.М. Рукавишников и Н.А. Бугров³³.

Следует признать, что пресса нередко злоупотребляла предоставленной ей свободой. М. Туринский с горькой иронией пишет о том, как газеты «продвигали» во время выборов своих кандидатов, а на другой день этих же людей «поливали грязью». Были распространены также обманы подписчиков — некоторые газеты из «новых» собирали деньги с подписчиков и закрывались будто бы по воле администрации, а через некоторое время открывались вновь под другим названием, и такая операция могла повторяться неоднократно, что наносило ущерб репутации прессы в целом и сказывалось на её финансовом состоянии³⁴.

В ряде публикаций деловой прессы имели место тенденциозность в изложении информации, некорректная критика власти. Пример, который приводит Е.В. Курбакова (публикация С. Духовского «Из думской залы» — «Нижегородский листок», 1909, № 174), показывает, как несоблюдение жанровых канонов оборачивается нарушением профессиональной этики: отчёт о заседании Думы, на котором рассматривался законопроект о защите прав рабочих, приобретает черты фельетона, факты подменяются субъективными, эмоциональными оценками журналиста³⁵. Были примеры и конструктивного сотрудничества прессы и власти (уборка городской свалки мусора после появления критического материала на эту тему в «Нижегородском биржевом листке», 1883, № 164).

Свобода, которую принесла прессе революция 1905 г., продлилась недолго. Регуляция прессы происходила в сугубо административном порядке: арест редакторов, наложение штрафов, приостановление изданий. Методы саморегулирования журналистского сообщества ещё не были выработаны.

Таким образом, развитие дореволюционной деловой прессы Нижнего Новгорода происходило в условиях давления на неё губернаторской власти и цензуры. Закон, в соответствии с которым в 1865 г. в России была отменена предварительная цензура, не касался провинциальной печати, что давало основание для многочисленных злоупотреблений «на местах». Без официального одобрения властей редактор издания (даже частного) не мог предпринять ни одного значимого нововведения. Провинциальная

пресса испытывала жесточайший дефицит кадров и финансовых ресурсов. Несовершенство экономического менеджмента и неразработанность профессионально-этических норм журналистской деятельности в большинстве деловых изданий того времени приводили к финансовой и идеологической зависимости от губернатора, городского «головой», политических партий или коммерсантов, спонсировавших соответствующее издание.

Однако, как утверждает Е.В. Курбакова (и с этим мнением мы отчасти согласны), в сложившейся ситуации напряжённых отношений между прессой и властью была виновата не только последняя, но и в немалой степени представители журналистского сообщества: с начала 1890-х гг. «...многие провинциальные журналисты заняли позицию обличения власти вообще: обличали не конкретного изворовавшегося чиновника, а “изворовавшееся чиновничество”», а с конца 1905 г. «либерализация законодательства по прессе привела к увеличению частоты и умножению силы воздействия на читателей экстремистских лозунгов “смены власти”»³⁶.

К 1918 г. выпуск нижегородских деловых изданий, как и центральных, был приостановлен. Ряд декретов, принятых в первые годы советской власти («О введении государственной монополии на объявления», «Декрет о печати», «О революционном трибунале печати», «Постановление о закрытии московских буржуазных газет»), был направлен на создание однопартийной журналистики, отвечающей задачам строительства социалистического общества³⁷. Отныне частной прессы не существовало. Институт предпринимателей также был ликвидирован. Эти меры препятствовали развитию деловой прессы в нашей стране.

На региональном уровне наблюдались те же тенденции, что и в центре. Нижегородский историк Ю.Г. Галай посвятил отдельную публикацию положению нижегородской прессы после революции 1917 г. «С приходом большевиков, — пишет Ю.Г. Галай, — которые так много говорили и писали при царизме о вольной демократической прессе, положение в печати не только не улучшилось, а наоборот, ухудшилось»³⁸. «Свобода слова» и «плюрализм мнений» недолго процветали в нижегородской прессе — любые попытки критиковать большевистскую власть, выражать иные взгляды на экономическое и политическое развитие страны влекли за собой репрессии против «неудобных» изданий. Вполне закономерно, что в таких условиях дореволюционные деловые издания — отстаивающие, явно или скрыто, интересы буржуазии и либеральной интеллигенции, отражающие реалии капиталистической (рыночной) экономики и занимающие в некоторой степени независимую, критическую по отношению к властям позицию — были обречены на гибель.

Нижегородские власти руководствовались, подчёркивает Ю.Г. Галай, «разбойничьей логикой» в отношениях с местной прессой небольшевистского толка. Характерна в этом плане судьба деловой «беспартийной» газеты «Волгарь». В годы революции «Волгарь» занял «антибольшевистскую» позицию. В январе 1918 г. представители Нижегородского ис-

полкома Совета рабочих и солдатских депутатов без предъявления постановления исполнительной власти секвестировали помещение типографии «Волгаря», а на следующий день захватили склады с бумагой. Лишь через неделю редактор-издатель «Волгаря» С.И. Жуков получил выписку из протокола заседания президиума Нижегородского исполкома, в которой говорилось, что причиной закрытия газеты явилось нарушение «Волгарём» декрета Народных комиссаров о публикации объявлений. С.И. Жуков представил властям доказательство своей невиновности: редакция, с согласия комиссаров Любецкого и Сибирякова, печатала объявления бесплатно — в соответствии с данным декретом. Однако председатель Нижегородского исполкома И.Р. Романов заявил в ответ, что «типография «Волгаря» нужна для печатания «Красного знамени» (т. е. большевистской газеты. — *прим. авт.*) и что постановление не будет пересмотрено»³⁹. Таким образом, в январе 1918 г. газета «Волгарь» прекратила своё существование.

Такая же участь постигла и «Нижегородский листок», который в годы Первой мировой войны и Октябрьской революции выражал интересы партии кадетов, призывал вести войну «до победного конца». Клету 1918 г. в Нижнем Новгороде все оппозиционные новой власти газеты были закрыты, а их типографии конфискованы.

Дореволюционные деловые издания, отстаивавшие интересы буржуазии и либеральной интеллигенции, отражающие реалии капиталистической экономики и занимающие в известной степени независимую, критическую по отношению к властям позицию, были обречены на закрытие.

г. ТАМБОВ

Примечания:

1. Курбакова Е.В. Административная власть Нижегородской губернии и региональная пресса 1883–1913 гг.: этические и юридические аспекты взаимоотношений / Е.В. Курбакова // Русская словесность в контексте мировой культуры: Материалы Международной научной конференции РОПРЯЛ (Н.Новгород, 3–5 октября 2007 г.). — Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2007. — С. 254.

2. Там же. — С. 250–254.

3. Глинский Б.Б. Русская периодическая печать в провинции / Б.Б. Глинский // Исторический вестник. — 1898. — № 1. — С. 292–333; Ветринский Ч. Печать в провинции (По поводу книги М. Лемке «Думы журналиста») / Ч. Ветринский // Образование. — 1903. — № 7. — С. 64–82; [Г.П.]. Из истории провинциальной прессы // Отечественные записки. — 1881. — № 3. — С. 30–46.

4. Туринский М. Газеты в провинции (воспоминания и наблюдения) / М. Туринский // Исторический вестник. — 1912. — Апрель (т. 128). — С. 151–176; Боронин Ф. В штате один редактор. Заметки по истории нижегородской печати / Ф. Боронин // Ленинская смена. — 1971. — № 158. — С. 3; Боронин Ф. Сквозь запреты и преграды / Ф. Боронин // Ленинская смена. — 1971. — № 153. — С. 4.

5. Курбакова Е.В. Губернаторская власть и региональная пресса в России (возникновение и развитие нижегородской

- ярмарочной периодики в 1857–1872 гг.) / Е.В. Курбакова // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И.Лобачевского. – 2007. – № 3. – С. 139-140.
6. Галай Ю.Г. Первый «Нижегородский листок» / Ю.Г. Галай // Нижегородский листок. – 1992. – № 23. – С. 2; СМИ Нижнего Новгорода. История и современность: Межвузовский сб. / Отв. редактор И.В. Киреева. – Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 1995. – 55 с.
7. Софронов И. Пионеры провинциальной печати / И. Софронов // Нижегородские новости. – 2005. – № 4. – С. 3.
8. Галай Ю.Г. Первый «Нижегородский листок» / Ю.Г. Галай // Нижегородский листок. – 1992. – № 23. – С. 2; СМИ Нижнего Новгорода. История и современность: Межвузовский сб. / Отв. редактор И.В. Киреева. – Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 1995. – 55 с.
9. Боронин Ф.Н. «Нижегородский биржевой листок» – «Волгарь»: Из истории нижегородской печати / Ф.Н. Боронин // Записки краеведов. – Горький, 1983. – С. 53-61.
10. Короленко В.Г. Из истории областной печати / В.Г. Короленко // Сборник в память Александра Серафимовича Гациского. – Н. Новгород : Изд-во Нижегородской учёной архивной комиссии, 1897. – С. 7-28.
11. Там же.
12. Там же.
13. Там же. – С. 24.
14. Гациский А.С. [О провинциальном издании] / А.С. Гациский // Нижегородский ярмарочный справочный листок. – 1865. – № 9. – С. 1-2. См. также: Гациский А.С. Заметка о местной печати и о «Нижегородских губернских ведомостях» в особенности / А.С. Гациский // Нижегородские губернские ведомости (неофициальная часть). – 1869. – № 3. – С. 17-18; Гациский А.С. [О взаимных отношениях провинциальных и столичных изданий] / А.С. Гациский // Нижегородский ярмарочный справочный листок. – 1865. – № 11. – С. 1-2.
15. Гациский А.С. [О взаимных отношениях провинциальных и столичных изданий] / А.С. Гациский // Нижегородский ярмарочный справочный листок. – 1865. – № 11. – С. 2.
16. Туринский М. Газеты в провинции (воспоминания и наблюдения) / М. Туринский // Исторический вестник. – 1912. – Апрель (т.128). – С. 151-176; Ветринский Ч. Печать в провинции (По поводу книги М. Лемке «Думы журналиста») / Ч. Ветринский // Образование. – 1903. – № 7. – С. 64-82.
17. Ветринский Ч. Печать в провинции (По поводу книги М. Лемке «Думы журналиста») / Ч. Ветринский // Образование. – 1903. – № 7. – С. 72.
18. Там же. – С. 64-82.
19. Боронин Ф.Н. Указ. соч. – С. 56.
20. Смирнов С.А. Коммуновцы и правдисты: Биографический словарь / С.А. Смирнов. – Н. Новгород : Нижполиграф, 2007. – 224 с.
21. [Договор И.А. Жукова с Н.И. Храмцовским об издании газеты «Нижегородский биржевой листок» от 6 мая 1875 г.] // ЦАНО. Ф. 997. Оп. 685. Д. 9. Лл. 21-24.
22. Смирнов С.А. Творцы печатного слова: «Нижполиграф» – 80 лет / С.А. Смирнов, А.И. Шубин. – Н. Новгород : Нижполиграф, 2002. – 190 с.
23. Цит по: Смирнов С.А. Творцы печатного слова: «Нижполиграф» – 80 лет / С.А. Смирнов, А.И. Шубин. – Н. Новгород: Нижполиграф, 2002. – С. 44.
24. Короленко В.Г. Указ. соч. – С. 7-28.
25. Петрушова Е. Орган либеральной буржуазии / Е. Петрушова // Горьковский рабочий. – 1983. – № 153. – С. 4; Петрушова Е. Орган либеральной буржуазии (окончание) / Е. Петрушова // Горьковский рабочий. – 1983. – № 159. – С. 4.
26. [Дело о наложении ареста на № 121 газеты «Нижегородский листок» и обвинении редактора А.А. Дробышевского, 1907 г. (за публикацию статьи «На лету» в № 121, 1907)] // ЦАНО. Ф. 179. Оп. 1. Д. 383. Лл. 1-6; [Дело по обвинению редактора и издателя «Нижегородского листка» Е.М. Ещина и А.А. Дробышевского в клевете, 1907 г. (за публикацию сообщения «Арзамас. Исключение из членов клуба» в № 54, 1907)] // ЦАНО. Ф. 179. Оп. 1. Д. 385. Лл. 1-39; [О политическом надзоре за издателем газеты «Нижегородский листок» Е.М. Ещиным, 1909 г.] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д. 2. Лл. 386-390; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора газеты «Нижегородский листок» А.А. Дробышевского (за перепечатку из газеты «Речь» статьи «Два епископа» в № 347, 1913 «Нижегородского листка»)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д. 5. Лл. 113; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора газеты «Нижегородский листок» А.А. Дробышевского от 5 июля 1909 г. (за публикацию статей «Из думской залы», № 174, 1909 и «Кое-что по поводу холеры», № 178, 1909)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д. 2. Лл. 375; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора газеты «Нижегородский листок» А.А. Дробышевского (за публикацию статьи «Органы самоуправления и охрана избирательного права» в № 192, 1912)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д. 4. Лл. 561; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора газеты «Нижегородский листок» А.А. Дробышевского от 8 января 1909 г. (за публикацию статьи «У Л.Н. Толстого» в № 5, 1909)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д. 2. Лл. 362; [Приговор Нижегородского окружного суда по делу о редакторе «Нижегородского листка» А.А. Дробышевском от 23 февраля 1909 г. (за публикацию корреспонденции «Черносотенные делишки в Балахне», № 82, 1907 и «Вербовка в члены Союза русского народа», № 83, 1907)] // ЦАНО. Ф. 178. Оп. 95 а. д. 3402. Лл. 80-82.
27. Фарбер Л.М. М. Горький в печати родного города / Л.М. Фарбер, И.К. Кузьмичёв // М. Горький в нижегородской – горьковской печати (1893–1958): Библиографический указатель / Л.М. Фарбер, И.К. Кузьмичев. – Горький, 1960. – С. 8-27.
28. Белозёров А. Нижегородская печать и царская цензура / А. Белозёров // Годы мятежные. – Горький, 1960. – С. 266.
29. [Дело о редакторе-издателе газеты «Судоходец» Ф.П. Хитровском, обвиняемом в пропуске отдельных статей, 1906 г.] // ЦАНО. Ф. 179. Оп. 1. Д. 276. Лл. 1-6.
30. [Дело о наложении ареста на № 107 газеты «Нижегородская биржа» и обвинении редактора П.И. Лелькова, 1907 г.] // ЦАНО. Ф. 179. Оп. 1. Д. 383. Лл. 9 – 22; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора газеты «Нижегородская биржа» П.И. Лелькова (за публикацию статьи «Толстой» в № 75, 1908)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д. 2. Лл. 135; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора-издателя газеты «Волгарь»

С.И. Жукова (за перепечатку из газеты «Речь» статьи «Два епископа» в № 347, 1913 «Волгаря») // ЦАНО. Ф. 1000. Оп.1980. Д.5. Л.115; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора-издателя газеты «Волгарь» С.И. Жукова (за публикацию статьи «Слово и дело» в № 223, 1908)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д.2. Л.139; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора-издателя газеты «Волгарь» С.И. Жукова (за публикацию статьи «Сложный вопрос» в № 192, 1912)] // ЦАНО. Ф.1000. Оп.1980. Д.4. Л. 560; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора-издателя газеты «Волгарь» С.И. Жукова (за публикацию статьи «П.Н. Милюков о предстоящей сессии» в № 233, 1908)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д.2. Л. 141; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора-издателя газеты «Волгарь» С.И. Жукова (за публикацию статьи «Штрихи» в № 78, 1908)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д.2. Л.130; [Постановление нижегородского губернатора о наложении штрафа с заменой арестом на редактора-издателя газеты «Судоходец» Ф.П. Хитровского от 7 июля 1909 г. (за публикацию статьи «Товарищи враги» в № 250, 1909)] // ЦАНО. Ф.1000. Оп.1980. Д.2. Л.377; [Постановление нижегородского губернатора об аресте редактора-издателя газеты «Судоходец» Ф.П. Хитровского, 1912 г. (за публикацию статьи «Сон» в № 711, 1912)] // ЦАНО. Ф.1000. Оп.1980. Д.4. Л.559.

31. Боронин Ф.Н. Указ. соч. – С. 61.
32. Смирнов С.А. Творцы печатного слова: «Нижеполиграф» – 80 лет / С.А. Смирнов, А.И.Шубин. – Н. Новгород : Нижеполиграф, 2002. – 190 с.
33. Смирнов С.А. Там же.
34. Туринский М. Газеты в провинции (воспоминания и наблюдения)/ М. Туринский // Исторический вестник. – 1912. – Апрель (т.128). – С. 151-176.
35. Курбакова Е.В. Административная власть Нижегородской губернии и региональная пресса 1883-1913 гг.: этические и юридические аспекты взаимоотношений / Е.В. Курбакова // Русская словесность в контексте мировой культуры: Материалы Международной научной конференции РОПРЯЛ (Н. Новгород, 3–5 октября 2007 г.). – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2007. – С. 250-254.
36. Курбакова Е.В. Губернская власть и пресса российской провинции в 1811-1917 гг. (на материалах Казанской и Нижегородской губерний): Автореф. дис. ... д-ра. ист. наук / Курбакова Елена Викторовна. – Н. Новгород, 2009. – 54 с.
37. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики: февраль 1917 – начало XXI в.: Учеб. пособие / Под ред. Я.Н. Засурского. – М. : Изд-во Московского ун-та : Наука, 2005. – 352 с.
38. Галай Ю.Г. Как нижегородские большевики закрывали газеты / Ю.Г. Галай // Ленинская смена. – 1993. – № 4. – С. 3.
39. Там же.



К 95-летию «Коммуны»

Как закалялся Стальский

Он находил время и силы работать сразу
в двух воронежских газетах

В феврале 1970 года председатель Совета ветеранов ВЛКСМ Воронежа Иван Кесслер встречался в Москве с земляками – ветеранами воронежского комсомола. Один из приглашённых прийти не смог. Кесслер, тревожась за старого товарища, отправился к нему домой – в городок имени Баумана (Измайлово). «Я встретился со старым и очень большим человеком, который еле передвигался на ногах», – рассказывал Иван Ильич в датированном 20 марта послании, адресованном в партком КПСС и Московскую организацию Союза писателей СССР.

Кесслер узнал, что его старый товарищ Николай Стальский двенадцать лет живёт «в здании бывшего монастыря, где с семьёй в три человека (все взрослые) занимает одну комнату из многочисленных комнат, расположенных по длинному коридору здания монастыря».

(...) Представьте себе длинный холодный коридор, в конце которого расположены службы быта: в одной комнате – общая кухня, в другой – общий умывальник, в третьей – общий туалет и все помещения холодные. В довершение к этому вовсе нет ванной или душа, чтобы выкупаться и обмыться». Оптимизма, однако, жилец не терял.

«Он ещё полон планов, много творчески работает, страстно вспоминал о прошлом, живо интересовался теперешними делами воронежской комсомолии», – сообщает Иван Кесслер.

Возможно, Стальский даже считал тот год удачным для себя: в 1970-м в «Советском писателе» вышли его мемуары «Друзья-писатели». Жить их автору осталось два года.

Трогательное, несмотря на официозных адресатов, письмо И.И. Кесслера я обнаружил, когда по заданию редакции искал в Государственном архиве общественно-политической истории Воронежской области материалы об истории «Коммуны». Сведения о первых годах её жизни приходится извлекать по крупицам, внимательно вчитываясь в выцветшие от времени протоколы, постановления, письма. К счастью, некоторые материалы о герое этой статьи собраны в отдельной папке как часть коллекции документов по истории областной комсомольской и пионерской организаций. А ещё в этой коллекции ГАОПИ хранятся воспоминания Стальского о работе в Воронеже.

Вот датированное 23 января 1973 года письмо Августа Явича – коллеги и друга журналиста. Явич – один из немногих, кто после смерти Николая Павловича пытался осмыслить его жизненный и творческий путь, признаваясь: «Вся трудность литературной биографии Стальского в том и заключается, что далеко не

полностью и даже весьма частично осуществились его возможности и способности».

Именно работавшему в «Воронежской коммуне» Явичу Стальский, будучи работником штаба Особой армии, принёс свою первую заметку. Так началась многолетняя дружба.

В 1921-м восемнадцатилетний юноша возглавил отдел информации газеты и вскоре уже учил работников уездных газет, как их выпускать.

Настоящая фамилия Стальского совсем не «революционная»: Жайворонков. Родился Коля в 1903 году в Харькове. Мать – машинистка, отец – врач (в семье, правда, не живший). Учился в Воронежской гимназии – на стипендию уездной земской управы, где работала его мать. В революционном 1917-м учёбу совмещал с работой в статистических органах. В 1919 году революционный энтузиазм занёс его в Петинский волревком Воронежского уезда, а в январе 1920 года Николай добровольно вступил в Красную Армию. Демобилизовался год спустя – и в его судьбе ключевыми стали слова «журналистика» и «комсомол». Можно даже сказать, что для молодого Стальского они были синонимами.

Именно об этом периоде рассказывается в первой главе «Друзей-писателей». Надо сказать, что опубликованная версия воронежских воспоминаний несколько короче той, что бережно хранится в ГАОПИ.

«В начале двадцатых годов почти каждый губком комсомола имел свой журнал, но по пальцам можно было пересчитать комсомольские газеты, все эти журналы и газеты не меньше двух-трёх раз в год обязательно печалились и горевали о том, как мало у них читателей», – так начинает Стальский свой рассказ о борьбе за читателя в условиях, когда на смену военному коммунизму пришёл нэп.

Показательна судьба журнала губкома комсомола «Призыв»: Стальский был секретарём редакции, совмещая эту работу со службой в «Воронежской коммуне». Издание бесплатно рассылалось вместе с губкомовскими циркулярами.

Некоторые тексты по тону мало отличны от циркуляров. Заголовки первого номера «Призыва» от 7 ноября 1920 года (он есть в коллекции редких печатных изданий ГАОПИ ВО) буквально приказывают: «Несите в приюты свои знания», «Оденем армию», «Пишите в свой орган».

Его руководитель Николай Черкасов мечтал о журнале «для молодёжи, подобно тому, как в прежнее время ими были «Природа и люди», «Вокруг света» и другие, но только в коммунистическом духе и для пролетарской молодёжи». Получается, даже мо-

лодые большевики уже осознавали: идеологический компонент не должен доминировать в прессе, читателю интереснее про далёкие страны и тайны океанов, чем про решения съездов.

В том же номере есть рубрика «Наши беседы»: статья «Электротехнические единицы» рассказывает о свойствах электричества, электротехнических терминах и т.д. Однако, признаётся Стальский, никто из его друзей-активистов «не представлял себе тогда, что для таких журналов, как «Вокруг света», нужны культурные и талантливые люди, что людей этих надо воспитывать годами, что тип таких изданий создаётся постепенно и нелегко, а «переналадка» их в коммунистическом духе — ещё труднее».

Самым сложным оказалось найти для издания хорошую художественную литературу.

«Один из активных работников журнала — видный журналист губернской партийной газеты поместил в «Призыве» опус, который носил подзаголовок «рассказ» — «Я всё-таки убил её!». В нём, в лучших традициях декадентской литературы конца прошлого века, описывалось, как «я» должен был убить «её», потому что «она» пробуждала во «мне» «худшие инстинкты». Подробно излагалось, что «я» скажу на суде в свою защиту. Ни к литературе, ни к комсомолу эти бессвязные наброски отношения, конечно, не имели».

Приводит Стальский, сам поэзии не чуждый, и «положительный пример» — «громовые стихи Макара Пасынка «Юный гвардеец». Художественными достоинствами, признаться, и они не блещут (как и опубликовавшиеся там же стихи некоего Кириллова или «крестьянина Моисея Забытого»). Зато не подкачали с точки зрения идеологической:

*Он крепнет в сплочении
едином,
Других увлекая вослед.
Он видит в полёте орлином
Весенние блёстки побед.
Поступью гордой
Идёт,
Смотрит задорно
Вперёд.*

В 1922 году, на фоне разговоров о самокупаемости, «Призыв» закрылся. Тем временем в воронежской «Коммуне» регулярно выходили статьи на комсомольские темы, молодёжные странички.

«В редакции работали в большинстве молодые люди, или недавно вышедшие из комсомольского возраста, или не успевшие из него выйти». Николай среди них был самым юным. Ему-то губком комсомола и поручил создание первой в губернии комсомольской газеты. А для начала — подготовить специальную газету к четырёхлетию РКСМ. От печатанья её в типографии «Воронежской коммуны» губком отказался: там потребовали бы денег — «Коммуне», как и умершему «Призыву», надо было зарабатывать. Денег у местного комсомола не было. Пришлось идти в типографию Губвоенкомата, где печатали главным образом визитные карточки.

Через неделю Стальский как заведующий отделом информации поместил в «Коммуне» заметку

о новом издании. «Характер газете предполагается придать широко-массовый, популярный. Предназначается она для рабочей молодёжи. Рядом с живо изложенной текущей союзной и общей информацией в ней будет постоянный общеобразовательный отдел, литературный уголок, будут рисунки, карикатуры — не менее двух в каждом номере, и т.д.».

Номер «Комсомольца» вышел 3 декабря 1922 года. «На большом заголовке были нарисованы красноармейская звезда, завод, молотобоец, парень, склонённый над книгой, село с клубом».

В ГАОПИ ВО есть фотокопия первой страницы первого номера этой «еженедельной газеты рабоче-крестьянской молодёжи». Открывался он призывом редактора к читателям: «...И прежде всего, её все должны выписать. Чтобы газета стала на твёрдые ноги, выходила регулярно, участила свой выход, улучшила содержание — нужна прежде всего материальная поддержка».

Характерные заголовки: «Единый фронт молодёжи против буржуазии», «Рабочее государство помогает своей молодёжи», «Крепкая связь с красными моряками — наша боевая задача».

Среди первых авторов — члены редколлегии Николай Тришин и Евсей Суслин. Бывшие секретари укомов комсомола, поначалу они отнеслись к своему новому начальнику настороженно: Стальский, хотя и пришёл в газету не так давно, всё-таки уже обладал опытом. Тайственный газетный мир был им, по сути, ещё чужд, но они верили: редактор знает — «должен знать!» — какие-то особые секреты этого мира, какие-то особые слова, другим неизвестные и не всегда понятные.

Интересно, что Стальский так и продолжал занимать кабинет заведомо информации в «Коммуне». Крошечную комнату делил с секретаршей — недавней гимназисткой Шурой Рубцовой. Работал «Комсомолец» «на глазах того дружного и талантливого коллектива, который тогда составлял редакции губернских газет — «Коммуны», крестьянской «Нашей газеты», воскресного «Репейника».

«Комсомолец» сразу прижился в этой дружной семье, стал её полноправным членом». Сотрудники всех редакций стали писать и для него. В том числе «коммуновский» фельетонист Сергей Погорельский (псевдоним — «Старый Френч»): его рубрика «Молодой смех» немало способствовала росту популярности «Комсомольца».

«Тонкая сатира Старого Френча была близка к едкой иронии Михаила Зошенко, только-только вступавшего в те дни в литературу», — и годы спустя считал Николай Стальский.

Его газета переняла столичную моду на коллективные романы, когда одну главу пишет один автор, вторую — другой, пока всем не надоест. Типичный пример — опубликовавшиеся в 1927 году на страницах «Огонька» «Большие пожары», к созданию которого оказались причастны Александр Грин, Исаак Бабель, Леонид Леонов, Михаил Зошенко, Алексей Новиков-Прибой. Воронежский опус «Среди схватки» «о приключениях комсомольца-подпольщика в захваченном белыми городе» был всё-таки раньше.

Первую главу редактор написал сам, продолжил Михаил Бахметьев. Создавался этот «комсомольский триллер» силами четырёх или пяти «коммуновцев». Летом 1923 года Михаил Бахметьев попытается повторить этот опыт в «Нашей газете» вместе с Андреем Платоновым. Их «Рассказ о многих интересных вещах» оборвётся «на самом интересном месте» с отъездом Бахметьева в Ростовна-Дону.

Однажды Стальскому предложили провести курсы юнрабкоров. В архивной папке с записками последнего лежат и воспоминания одного из слушателей, десятилетие спустя — заведующего сельскохозяйственным отделом книгоиздательства «Коммуна» Михаила Пьяных. Из них мы узнаём, что занятия проводил цвет воронежской журналистики: Шишаков, Бахметьев, Путилин, Божко, Окулов, Плетнёв...

Борис Бобылёв «после каждой беседы организовывал среди курсантов соревнование на публикацию лучших материалов в газете». Владимир Погорельский «приходил на курсы с юмористическими образцами «Сатирикона» и увлекательно говорил о фельетоне как новом жанре советской журналистики». К этому добавим ироническое замечание Стальского о преподавателях: «Пусть почти никто из них не кончил намеченного — кстати, очень обширного! — курса, но начали все, все прочли по несколько лекций, провели по несколько занятий». Главное, и сами научились многому.

Дальнейшая судьба Николая Стальского типична, практически эталонна для газетчика его поколе-

ния. В сентябре 1923 года ЦК комсомола направил его в Ростов. Стальский редактировал журнал «Искры», пригласив с Александром Фадеевым и Михаилом Шолоховым. В 1930 году участвовал в коллективизации. В 1937 году исключён из КПСС и репрессирован. На волю вышел в 1946 году. Реабилитирован, восстановлен в партии в 1955-м.

Заведовал отделом прозы в «Иностранной литературе».

На склоне лет начал писать мемуары. Проводил дни в Ленинской библиотеке, изучая газеты и журналы, к созданию которых был причастен. Пытался связаться с воронежскими редакциями, надеясь заинтересовать их своими записками. С грустью признавался в письмах к друзьям: «Воронеж молчит...». Сердился за друга Августа Явича, которому «Коммуна» не прислала своевременно экземпляр номера с его опубликованным очерком.

Сейчас, конечно, в его записках сильнее ощущаются недомолвки. Память о боевой юности была для Стальского заветной, но и рассказать всё, что он знал о трагических судьбах друзей, возможности не было.

Есть какая-то горькая ирония в том, что бывший редактор комсомольской газеты в старости жил в бывшем монастыре.

Виталий Черников

Источник: газета «Коммуна» №66 (25894),

12.05.2012 г.

Живой классик из нашей «Коммуны»

«Воронежская коммуна» стала на много лет главной газетой для Андрея Платонова. О том, как формировался на ее полосах писательский талант Платонова, известный воронежский литературовед, доктор филологических наук Георгий Антюхин (1922–2003) рассказал в материале, опубликованном в «Коммуне» 8 апреля 1997 года.

Георгий АНТЮХИН, доктор филологических наук, профессор ВГУ

В 20-е годы в «Воронежской коммуне» сотрудничали многие талантливые, самобытные писатели: Вл. Бахметьев, А. Новиков, Авг. Явич, Н. Задонский, А. Шубин. Но, несомненно, одной из самых ярких личностей среди сотрудников газеты был Андрей Платонович Платонов. Позже, когда он жил в Москве, квартира его располагалась в доме № 25 на Тверском бульваре. Все, кто бывал в столице, знают этот дом. Классический ансамбль из трёх зданий: в центре — Литературный институт, справа — редакция журнала «Знамя», слева — жилой дом для писателей.

Существует интересное предание о том, как однажды во время занятий со студентами Литинститута Константин Паустовский, взглянув в окно, обронил: «Посмотрите — по двору идёт живой классик — Андрей Платонов». Кстати, эти слова произнес другой

живой классик, и потому значение сказанного усиливается в несколько раз.

Андрей Платонов родился 1 сентября 1899г. в семье слесаря Воронежских железнодорожных мастерских Платона Фирсовича Климентова. Детство писателя прошло на окраине Воронежа, где маленькие бедняцкие домишки были рассыпаны на пустыре.

«Я родился в слободе Ямской, — писал Платонов в начале 20-х годов. — Десять лет тому назад Ямская чуть отличалась от деревни. Деревню же я до слез любил... В Ямской были плетни, огороды, лопуховые пустыри, не дома, а хаты, куры, сапожники и много мужиков на Задонской большой дороге. Колокол Чугунной церкви был всею музыкою слободы, его умилительно слушали в тихие летние вечера старухи, нищие и я. А по праздникам... устраивались свирепые драки Ямской с Чижовкой или Троицкой (тоже пригородные слободы). Бились до смерти, до буйного экстаза...

Потом наступило для меня время учения — отдали меня в церковно-приходскую школу. Была там учительница — Аполлиария Николаевна. Я её никогда не забуду потому, что я через неё узнал, что есть пропетая сербцем сказка про Человека...».

Вспоминая о самом главном в своей ранней жизни, Платонов замечает: «Я забыл сказать, что кроме поля, деревни, матери и колокольного звона я любил

ещё (и чем больше живу, тем больше люблю) паровозы, машины, ноющий гудок и плотную работу».

Нужда в большой семье заставила А.Платонова бросить городское училище, куда он некоторое время ходил заниматься через весь город от Ямской до улицы Б.Девической. 13-14-летним подростком он оказался в шумных заводских цехах. Потом, как и его отец, Андрей Платонов стал работать в железнодорожных мастерских.

Он с самых ранних лет увлекается изобретательством, много читает, пишет стихи и посылает их в Москву для опубликования. Первые опыты молодого поэта не были напечатаны, но получили лестный отзыв известного книгоиздателя Бюхнера, давшего юноше совет: развивать поэтический талант и продолжать учиться. Это был добрый совет, но и без него Платонов уже не мог не заниматься литературой.

Он много и не без пользы читал. И всё же новая буйная революционная действительность дала юноше неизмеримо больше. Главной же школой научившей его миропониманию, была жизнь людей труда, заводских рабочих, окружавших писателя с детства. Позже в одном из писем к М. Горькому Платонов писал: «...Рабочий класс — это моя родина, и моё будущее связано с пролетариатом».

В первые годы революции А. Платонов пробует свои силы в разных литературных жанрах. Он страстно увлекается поэзией, пишет рассказы, очерки, рецензии, статьи по эстетике, постоянно выступает как публицист на самые актуальные темы новой революционной действительности.

Первые свои произведения А. Платонов печатает в местных изданиях — в «Известиях Южного фронта», в газетах «Воронежская беднота» и «Воронежская коммуна». Ранние его рассказы и стихи появлялись в воронежских журналах «Железный путь», «Красный луч», в альманахе «Зори» и других.

Давно и долго занимаясь историей местной печати, я внимательно читал все эти воронежские издания, а значит и стихи, и рассказы, и очерки Андрея Платонова, когда они ещё не издавались у нас в сборниках и многотомниках. Стремился узнать о творчестве писателя больше, чем говорилось о нем тогда в литературе. И потому я обратился с такой просьбой к его жене — Марии Александровне Платоновой, поставив письмо из Воронежа в Москву. Было это давно — весной 1962 года. В тот же год я получил в ответ три подробных добрых письма с приложением нескольких ценных документов о жизни Андрея Платонова в первые годы Советской власти в Воронеже и Тамбове.

Среди документов, в частности, находились материалы о Рогачевской электростанции, удостоверение губземуправления о работе А. Платонова главным губернским инженером-мелиоратором, где давалась такая характеристика: «Платонов, как общественник и организатор проявил себя с лучшей стороны».

Об этой своей работе несколько позже А. Платонов писал А. Воронскому: «За два года я был на больших и тяжелых работах (мелиоративных), руководил ими в Воронежской губернии... делать кое-что умею

(я построил 800 плотин и 3 электростанции и ещё много работ по осушению и орошению и пр.)».

Но особенно ценными в письме Марии Александровны был список изданных книг Платонова, тогда весьма небольшой и малоизвестный, и её добрый совет: читать и читать сочинения писателя. «С одного раза, — замечала Мария Александровна, — добиться нужного результата трудно». Совет этот и теперь для многих полезен. Знакомясь с воронежскими газетами и журналами, произведения А. Платонова прежде всего встречаешь в журнале «Железный путь», где в октябре 1918 года был опубликован рассказ «Очередной», в котором автор поведал о тяжелой судьбе молодого рабочего в досоветское время. (Естественно, что в 1918 году о советском рабочем писать ещё было рано). Произведение это в какой-то мере автобиографическое. Писатель в нём повествует о тех днях, когда мальчишкой вместе со своим другом он трудился в литейном цехе железнодорожных мастерских.

В один из обычных рабочих дней раскаленный металл, вырвавшись из печи, сжигает его ровесника. Причина несчастья, как везде и всегда, — безразличие к жизни рабочих со стороны начальства и хозяев, стремившихся любой ценой к наживе, к обогащению капитала. Все вокруг возмущены. «Погубили, окаянные, — вздыхал кто-то из толпы рабочих. — Ах, мучители треклятые! Им, проклятым, деньга дорога...».

Писатель подчеркивает, что это обычное явление на заводе, где хозяйничают капиталисты, частные собственники. «Через полчаса все машины были пущены, печи заправлены, как будто ничего не случилось. И чему здесь удивляться, ведь погибший был всего-навсего «очередной».

В этом рассказе напрасно было бы искать признаки зрелого мастерства литератора. Но серьёзный подход к выбору темы, как мы видим, присущ ему с самого начала творческого пути.

Другой ранний рассказ А. Платонова — «Сергея и я» — опубликован в июле 1921 г. в первом номере комсомольского журнала «Красный луч», который редактировал впоследствии известный воронежский писатель Николай Задонский.

«Сергея и я» — произведение автобиографическое. То, о чем говорит в нем писатель, является как бы следствием события, обрисованного в рассказе «Очередной». Здесь Платонов повествует о своём трудном детстве с несбыточными мечтами о вольном и радостном житье, о затаенном желании убежать из мастерских на светлые донские просторы.

В этом произведении поражает характерная для Платонова непосредственность восприятия явлений и способность целостной их передачи. Когда, например, он рисует наступление ночи, то пишет: «...Темнеет и тихнет всё, пропадают поля... Тухнет огонь, будто его и не было. И не найдешь глазами, где была деревня». Но наступит утро — и «... будут те же луга, поля, солома, деревня и плетни. И солнце ползет и чешет поля». И теперь нельзя представить нагляднее дрожащие лучи утреннего солнца, «чешущие поля».

Читая рассказ «Сергея и я», вдруг отчетливо осознаешь другую особенность платоновской прозы —

умение уловить самые тонкие, порою неожиданные чувства, показать особое, непосредственное воздействие природы на героя рассказа.

«Мы лежали на земле, как на теплой ладони. Осыпался песок и за шею поналезли муравьи. Парило будто весной. Мы поняли, что лежим прямо против неба и что мы живы. Я прижался к земле и почувал, как лечу вместе с ней и люблю». Слияние героев рассказа с природой, стремление автора к её одухотворению во многих поздних произведениях Платонова проявится ещё сильнее и отчетливей. Когда читаешь такой рассказ, как «Серега и я», может быть, не сразу улавливаешь его особое достоинство. Но, осознав это однажды, навсегда поймешь, что главное в нем сюжет, а мысли и чувства, душевное состояние его героев, переданные автором просто и ясно и потому верно, как сама живая жизнь.

К ранним произведениям художественной прозы Андрея Платонова относится большой ряд рассказов, опубликованных в начале 20-х годов «Воронежской коммуной», ставшей на много лет главной газетой писателя: в ней он печатал свои рассказы, очерки, стихи, здесь же постоянно публиковались большие материалы о жизни и творчестве писателя — рецензии, отчеты о литературных вечерах, репортажи о заседаниях комсомольского клуба «Железное перо», в котором активно проявлялся творческая судьба удивительного писателя, поэта, философа и публициста. Вокруг спешила прорастать новая советская действительность, в создании которой писатель активно участвовал.

Но прежде всего Платонов-литератор поведал о жизни рабочего люда дооктябрьской поры. Новая судьба рабочего класса ещё только что начиналась, ещё неизвестно было, как она сложится. Чтобы всё понять, нужно было время — оно придёт. А старая, дореволюционная, жизнь рабочего человека, мастерового, быт слободы, которую населяли слесари, жестянщики, кузнецы, сапожники, портные, — эта жизнь была до боли знакома, вот она, совсем рядом, в ней растворилось детство, мальчишеская дружба, любовь к хатам, плетням, к родной матери, к первому учительскому слову и к чуду человеческому — к книге, в которой сложена обворожительная сказка о людях и их судьбах...

Ярко в памяти вставали и страшные обычаи быта слободского населения с их давней привычкой к гульбищам, пьяным праздникам и кулачным побоищам. Во всем этом воочию проявлялась суть существования, домашняя повседневность бедного населения Ямской, Чижовки, Троицкой — родных мест писателя, где прошло его детство, то до слез горестное, то веселое и смешное...

6 августа 1922 г. «Воронежская коммуна» опубликовала рассказ А. Платонова «Детские воспоминания» («Память»). Изображено близкое, совсем недавнее прошлое, хорошо известное с детства. Иногда говорят, что рассказы о прошлом играли у Платонова «подсобную» роль. Да нет! Писать о прошлом было его потребностью. Без него, прошлого, не было бы и настоящего и в действительности, и в творчестве писателя. Только поняв, как жил рабочий человек в старом мире, можно осознать, почему и куда он будет стре-

миться в будущем. Не разобравшись в старой жизни, не поймешь и смысла новой. Вспоминая, как в деревне вместе с сумерками замирала жизнь, не ощутишь и радости от пришедшей лампочки Ильича, потребности строить электростанцию в Рогачевке...

В «Детских воспоминаниях» А. Платонова воссоздает жизнь обитателей дооктябрьской слободы, людей, не знающих счастья и радости, иногда равнодушных и тупых, иногда буйных и жестоких, без цели и без надежды проживающих свои дни.

Вот старик Василий Иванович от зари до зари безразлично глядит на аптечную вывеску, то и дело засыпая при этом «с нетронутой сигаркой на пальце». Малют несуразные вывески «живописец» Автоном. До позднего вечера, позевывая, обметывает петли портной Иоанн Мамашин... Так и проходит ленивая, скучная жизнь.

Лишь кулачные бои вносили оживление в однообразное прозябание слобожан. Тогда-то и проявлялись характеры людей, рождались местные «герои», происходили случаи чудесные и незабываемые.

Вот как А. Платонов рисует один из таких случаев, который помогает ему раскрыть характеры своих героев.

Кулачные бои в слободе — дело обычное. Но однажды Иоанну Мамашину «хорошей плюхой один мастеровой сделал из двух скул одну — на острый угол. В другой раз этот же боец и хирург сделал из Мамашиной хари опять благоприятный лик. В третьем, свирепом и долгом побоище Чижовки и Ямской, печник Гаврюха хотел двинуть Иоана Мамашина в ушняк, но попал по какой-то дыхательной щели, и Иоанн заорал, как архангел. Так Гаврюша сделал Мамашину голос из обыкновенной глотки».

Такое происшествие принесло слобожанам ещё одно «развлечение». По вечерам они приходили к открытому окну Иоанова дома и просили: «Двинь, Ваня Данилыч. Дай слезу в душу. Грянь, друг». И Иоан с радостью гремел».

Жуткой тоской тянет с этих страниц, рисующих дикость дореволюционных городских окраин. Даже песни обитатели слободки любили такие же тоскливые, какой была вся их жизнь. «Песни были ясные и простые, почти без слов и мыслей, один человеческий голос, и в нём тоска».

24 сентября 1922 г. читатели «Воронежской коммуны» увидели очередной рассказ А. Платонова. На этот раз — «Данилок». В нём писатель продолжал рисовать картины мещанского быта городских окраин дореволюционной поры. Облик старого портного Данила Данилыча, давнего и типичного обитателя слободы, нарисован ярко. Уже начало рассказа, раскрывающее характерные черты портного, создано писателем особыми выразительными приёмами и отличается неповторимыми красками эпитетов и сравнений, а также речью необычного настроения.

«Вошли в хату — тишина, темнота и жуть. Где тут портной живёт, сделать из штанов галифе?»

— Стой, — закричал Елпидофор. — Я сообразил: живые люди воняют. Понюхали: дух везде чистый, и вдруг понесло махоркой и жжёной бородой.

— Вот он, портной — вылазь!

Заскрипела спальная снасть, и невидимое тощее тело сморкнулось и забурчало. Для света и вежливости я спокойно закурил.

— Здорово, Данил Данилыч! Раскачивайся!

— Здравия желаю, православные, — как кувалдой по чугуну гвазданул дед Данил, портной. В чистом воздухе, тишине и тьме хранился такой голос! Как огурец зимой в кадке.

Зажгли коптильный светильник. Скамейка, стол, вода в ведре... Данилок надел очки и привязал их верёвочкой к ушам — приспособление самодельное. Данилок был угрюм, спокоен, похожий на сон и хлеб — коричневый, ласковый и тепловатый, как хлебное мякушко».

Такие яркие краски, рисующие неповторимый образ хитроватого мужика, вызывающего тёплое сочувствие, не могут быть в рассказах, играющих «подсобную роль». В них Платонов прощается со своим детством, бередя живое, рассказывает грустную историю старика Данилка. Голодал и замерзал он зимой в деревне. Но «в глухой деревне Волошино, в овраге приютила Данилка одна старушка: живи, старичок, у нас картохи есть, теперь ходить не по нашей одежде...». Дожил Данилок до весны. Тепло и зелено стало. Природа вокруг расцвела. «Ничего не кончилось — всё начинается».

И Данилок пошёл и пошёл, как будто сама грустная радость взяла его за руку и повела».

Печатал в «Воронежской коммуне» А. Платонов и свои «Приключения Баклажанова» (№ 204, 1992, 10 октября), в которых рассказывал забавные истории о «жившем некоем образом человеке — Епишке Елпидофоре». «Приключения» имели подзаголовок: «Бесконечная повесть». Речь велась о человеке, о котором Платонов писал: «Так шла и шла жизнь Епишки без меры и без смерти в океане одинаковых дней». Но человек этот был близок писателю потому, что он на земле «не расставался с соломой, плетнями, тихими дорогами и своей матерью».

В рассказах из «Воронежской коммуны» уже властно чувствуется платоновская забота о человеке, тревога о его судьбе. Писатель умеет увидеть доброе, светлое, хорошее в людях самых обычных, даже в тех, чьи души были безнадежно искалечены.

Истинно человеческое открывает Платонов в голове Мамашина: «ласковом, громадном, неумолкаемом». Искренне радуется, что старик Данилок «перезжил трудное зимнее время и опять пошёл в жизнь». Близок сердцу автора и Епишка, любивший деревню и свою мать и тем «оставшийся на земле навсегда». К героям своим относится как к живым людям. И это закрепится в его творчестве навсегда.

В эти годы «Воронежская коммуна» часто печатала статьи, отчеты, рецензии Андрея Платонова на самые различные темы. Чаще всего Платонов выступает как активный газетчик, привлекавший внимание читателей своим ярким публицистическим творчеством.

Но нельзя не вспомнить, что в 1920г. на той же общественно-политической основе, что и «Воронежская коммуна», в Воронеже была создана ежедневная крестьянская газета — «Красная деревня», в кото-

рой печатались всё те же авторы, что и в «Коммуне»: Г. Литвин-Молотов, Г. Плетнев, Авг. Явич, Н. Задонский, А. Новиков, М. Бахметьев и, конечно же, А. Платонов.

Беспредельно веря тогда в силу и разум рабочего человека и воспринимая его историческую роль в революции, Платонов до глубины души переживал каждое значительное событие революционной эпохи. Рабочим и крестьянам он отдавал свой труд инженера и самые горячие строки своей газетной публицистики.

Объездив все сёла и деревни Воронежской губернии, Андрей Платонов не мог стоять в стороне от новой крестьянской газеты.

9 сентября 1920 г. он пишет для «Красной деревни» редакционную статью «Кулак с востока», посвящённую победе Красной Армии, освободившей Бухару. «Маленькая, нищая страна, брошенная и забытая в пустыне, почти нетронутая капиталом, только залапанная русским царём, сразу пошла в направлении наибольшего блага — к власти рабочих и крестьян».

17 ноября 1920г. там же помещена статья «В бездну» опять же о подвигах героев Красной Армии. «Барону Врангелю Красная Армия перехватила дыхание... армия уже подходит... к концу Крыма, а там — море и бездна, откуда Врангель не высунется больше никогда».

...Мы же, пролетарии и мужественные коммунисты, должны проработать сегодня до утра и позабыть себя в труде и сопротивлении...».

В то же время Платонов стремится разглядеть, что же за реальными победами революции, добытыми её краснозвездными воинами, видится там, вдалеке. Что будет? Какие впереди ждут цели?

18 февраля 1921г. Платонов напечатал в «Воронежской коммуне» статью «Революция и математика». Писатель стремится уяснить практические шаги революционного строительства, ощутить опору его будущего развития.

«Социальная революция, — пишет Платонов, — ворота в царство сознания, в мир мыслей и торжествующей науки. Сам коммунизм тогда только и стал действительно страшной силой, когда он стал наукой». А.Платонов мечтает поставить науку на службу родной земле и человеку, живущему на ней. И предпринимает практические шаги к этому. За землёй надо ухватываться, как за живым существом.

17 января 1922 г. «Воронежская коммуна» помещает известную статью Платонова «Земчека», выражавшую заботу о земле, которая постоянно нуждается в практическом внимании науки и человека. В 1920 году молодая республика на серьёзной научной основе разрабатывает план электрификации Советской страны. На следующий год Платонов издаёт содержательную популярную брошюру «Электрификация». Когда план стал практически осуществляться, писатель с восторгом приветствовал успехи его претворения.

А 1 января 1925 г. в «Воронежской коммуне» появился его большой очерк «Огни Волховстроя». В эти годы Платонов и сам приложил руки к электрификации страны. На воронежской земле он строил электро-

станции, протягивал по сёлам провода, зажигал в хатах свет и вселял в души крестьян уверенность и радость.

Помимо статей на политические и экономические темы А. Платонов много писал о поэзии и эстетике, выступал с обзором литературной жизни. «Воронежская коммуна» представила своим читателям статью «Белые духом». В ней он чётко определил свои литературные позиции и подверг резкой критике выступление в Воронеже главы эгофутуристов, «сладкопевца» и кумира чувственных дам — Игоря Северянина. Его вечер поэзии проходил в зале Воронежской консерватории, где собирались обыватели, мечтавшие о «маленьком» счастье, о радостях, скрытых на дне бокала с шампанским.

Андрей Платонов был возмущен зрелищем этого вечера, слезливыми восторгами «праздной толпы», «собравшейся нюхать отрыжку мертвеца». В счастье он так определил суть происходящего: «Роскошная, откормленная буржуазная публика дохлѣбывала в зале консерватории остатки духовного убожества — поэта-аристократа Игоря Северянина».

Платонов видел задачу искусства в служении великому делу пролетариата, в чём он принимал живое участие и потому по праву мог утверждать в своих стихах: «Винтовкой мы землю подняли на ноги».

В середине 20-х годов всё, что видел писатель в трудовых деяниях рабочих и крестьян, становилось темой его рассказов, в центре внимания которых были люди, преобразующие жизнь, строящие фабрики, заводы, электростанции.

Он сам облагораживал родную землю для развития сельского хозяйства, строил плотины, создавал в деревнях электростанции, в частности, в селе Рогачевке, послужившей фактическим материалом рассказа «О потухшей лампе Ильича» (1926 г.).

В нём А. Платонов повествует уже не о прошлой жизни рабочих, а об их изменившейся судьбе, о первых шагах строительства новой жизни. Автор воспроизводит обстановку особой революционной приподнятости в селе, где шло конкретное изменение жизни. Платонов рисует образы крестьян-активистов, смело ломающих стародавний уклад. Это образы Фрола, Прошки и других артельщиков — строителей сельской жизни, новых местных руководителей.

Той же теме строительства новой деревни, показу рабочих, создающих электростанцию, посвящён рас-

сказ А. Платонова «Родина электричества» (тоже 1926 г.).

В этом произведении не только рассказывается о строительстве электростанции, но и воспроизводится процесс рождения коллектива. Труд по созданию сельской электростанции преобразует её строителей, которые вдохновенно говорят о себе: «Мы увидели свет в унылой тьме нищего, бесплодного пространства — свет человека на задыхнувшейся, умершей земле — мы увидели провода, повешенные на старые плетни, и наша надежда на будущий мир коммунизма, надежда, необходимая нам для ежедневного трудового существования, надежда, единственно делающая нас людьми, эта надежда превратилась в электрическую силу...».

В это верили рабочие и крестьяне нового советского времени. В это верил тогда и А. Платонов, иначе он не строил бы электростанций и не писал бы таких рассказов.

Так на полосах «Воронежской коммуны» складывался большой русский писатель, живой классик мировой литературы.

«Когда мне впервые попал в руки один из рассказов А. Платонова, — вспоминал К. Паустовский, — и я прочёл фразу: «Тихо было в уездной России», у меня сжалось горло, так это было хорошо.

Платонова почти не печатали. Если в редких случаях где-нибудь появлялся его рассказ, на него обрушивали горы вздорных обвинений.

У Платонова есть маленький рассказ «Июльская гроза». Ничего более ясного, классического и побеждающего своей прелестью я, пожалуй, не знаю в современной нашей литературе. Только человек, для которого Россия была его вторым существом, как изученный до последнего гвоздя отчий дом, мог написать о ней с такой горечью и сердечностью. Он тяжело болел, плевал кровью, месяцами лежал без движения, но ни разу не погрешил против своей писательской совести».

Влюблённый в Россию с её хатами и колокольнями, влюблённый в паровозы и «потную работу», Платонов жил в прекрасном и яростном мире! Прекрасно и яростно жил!

Источник: газета «Коммуна»,
8 апреля 1997 г.

«Мы — дети своего времени», Б.И. Стукалин

Борис Иванович Стукалин (1923–2004 гг.). В журналистике — с 1940 года. Работал в острогожской районной газете «Новая жизнь». Участник Великой Отечественной войны. Закончил Воронежский пединститут. Затем редактировал газеты в Абрамовском и Россошанском районах, работал собственным корреспондентом «Коммуны».

С 1952 по 1956 годы — редактор «Молодого коммунара», а с 1956 по 1960-й — редактор «Коммуны».

Работал в Аппарате ЦК КПСС, заместителем главного редактора «Правды», председателем Госу-

дарственного комитета СССР и по делам издательства, полиграфии и книжной торговли.

С 1985 по 1990 годы — посол СССР в Венгрии.

Однажды при встрече с коллегами-журналистами, изрядно набившими руку по части, мягко скажем, не очень объективного живописания недавнего прошлого, не без ехидства спросили меня:

— Скажите по совести, неужели вы, советские газетчики, были довольны своим положением подручных партии? Ведь вы могли писать лишь по указке партocrats, а вовсе не о том, к чему лежит душа...

— Да, — ответил я, — мы считаем себя настоящим счастливыми людьми. Гордимся тем, что были активными защитниками Родины, участниками её послевоенного восстановления и развития до высот могущественной сверхдержавы.

— А как же все-таки насчет цензурных запретов, ограничений свободы слова?

— Вы правы, ограничения для прессы были, существовали и запретные зоны для критики. Как говорится, из песни слов не выкинешь. Но мы не очень ощущали эту неполноту свободы. Почему? Во-первых, потому, что были убеждены: абсолютной свободы слова не бывает (что подтверждает и нынешнее положение СМИ в России). Во-вторых, многие из нас искренне полагали, что, например, критика лидеров партии и государства, сгущение красок при описании негативных явлений нашей жизни не принесут пользы, а способны лишь дискредитировать страну, помогли бы нашим недругам. В-третьих, перед нами было широчайшее поле деятельности, множество увлекательных тем, проблем и замечательных людей, ожидавших нашего внимания. К тому же это было время надежд и новых перспектив, открывавшихся и перед страной, и перед каждым из нас. Особенно после XX Съезда КПСС.

Не хотел бы ни идеализировать, ни упрощать прошлое. В нем — радости и трагедии, взлеты и разочарования, вдохновение и неимоверно тяжкий труд. Но мы жили среди людей и для людей, никогда не ощущая себя некой элитой, стоящей над «серой массой» и независимой от неё.

Возможно, кому-то это полемическое вступление к воспоминаниям о 50-60-х годах покажется неуместным, но мне оно представляется нелишним и даже необходимым для понимания настроений и психологии людей, о которых мне хочется сказать в этих заметках.

Как во времена моей журналистской молодости приходили в газету? Это потом, много позже редакции пополнили люди с университетскими значками. До войны и в первые послевоенные годы костяк любого журналистского коллектива составляли либо бывшие рабкоры и селькоры без высшего и даже среднего образования, либо в недавнем прошлом партийные, комсомольские работники, культпросветчики, самородки-литераторы. Выпускники журфаков были редкостью.

Коллектив «Коммуны» 40-50-х годов — не исключение.

К началу моего редакторства летом 1956 года «Коммуна» пользовалась репутацией одной из наиболее квалифицированных и солидных газет с хорошими традициями. В этом была немалая заслуга моих непосредственных предшественников — Алексея Петровича Шапошника и Георгия Яковлевича Воробьева, с которыми был хорошо знаком в течение многих лет. В коллективе работало немало талантливых и бывалых сотрудников, прошедших через огонь войны и жизненные университеты. Эти уже немолодые люди задавали тон в творческом соревновании, никогда не затухавшем в газете, были примером ответственного, нередко самоотверженного отношения к делу.

Бессменным заместителем нескольких сменивших друг друга редакторов был Федор Федорович Шаталов. Этот небольшого роста, светловолосый, мало-разговорчивый, тихий человек был не очень заметен в редакции. На еженедельных совещаниях и ежедневных летучках выступал редко. Всё больше сидел у себя в кабинете и что-то кропал бисерным почерком. Но вот проходила неделя-другая, и на редакторском столе появлялись постановочная статья, а то и целая полоса материалов на актуальную тему.

Готовились они тщательно, главное — без лишнего шума и, казалось, без особых усилий. Работал Федор Федорович вместе с отделами и активом газеты, но как бы сверх редакционных планов. Его «сюрпризы», как правило, становились наиболее заметными, «гвоздевыми» в газете. И еще одна особенность Федора Федоровича: он без устали накапливал информацию об области, экономике, кадрах и щедро делился ею с коллегами.

Малозаметным Федор Федорович оставался только тогда, когда редактор был на месте. Во время редакторских отпусков и командировок он преображался: становился необыкновенно активным. Его можно было видеть то в одном, то в другом отделе. Успевал побывать и на обкомовских совещаниях, переговорить с районами, встретиться с авторами. В эти дни газета выходила и вовремя, и на хорошем уровне. Федор Федорович не боялся взять на себя ответственность за самые острые, проблемные материалы.

Второй заместитель редактора (он же завотделом пропаганды) — Михаил Николаевич Морев — являлся противоположностью Федора Федоровича и по внешности, и по стилю работы. Отличался высоким ростом, богатырским телосложением, темной с проседью шевелюрой, крупными, правильными чертами лица. В молодости Михаил Николаевич работал лесником и, как видно, получил там прекрасную физическую закалку. Был он несокрушимо здоровым и на редкость работоспособным человеком. Обычно в канун праздника или в преддверии крупных событий, когда газете требовались добротная публицистическая статья или очерк, Михаил Николаевич был палочкой-выручалочкой. Мог подготовить материал в считанные часы, нередко — за ночь. Причем работая до утра, приходил, как и все, в положенное время в редакцию, не рассчитывая на какие-либо послабления.

Если полистать подшивки «Коммуны» тех лет, можно будет без труда заметить, что при всём тематическом разнообразии публикаций предпочтение отдавалось экономическим проблемам. Это и понятно: война нанесла Воронежской области чудовищный урон. Воронеж был разрушен более чем на 90 процентов, разорены промышленность, сельское хозяйство. Катастрофически недоставало жилья, школ, больниц, клубов, детсадов. Область превратилась в огромную строительную площадку. Достаточно сказать, что в Воронеже ежегодно сдавалось 200-220 тыс. кв. метров жилья, множество производственных и социально-бытовых объектов. В этом была и определенная доля труда «Коммуны». Материалы под рубрикой «Мы возродим тебя, Воронеж!» помещались в каждом номере.

Хорошо себя проявили многочисленные рабкорские посты на важнейших стройках, создавались и выездные редакции.

Город возрождался и хорошел на глазах. Особенно быстрыми темпами развивались левобережная его часть. Отрожка, Коминтерновский район. Преобразался и центр Воронежа.

Заведовал тогда отделом промышленности Иван Михайлович Михалев – газетчик опытный и напористый, хорошо знавший экономику. Среди сотрудников отдела выделялся Саша Гридчин, квалифицированно готовивший очерки. Потом он стал профессиональным литератором.

Воронежская деревня поднималась медленно, хотя и здесь появилось немало добрых перемен. Газета, естественно, старалась доступными ей средствами участвовать в этом процессе. Как раз на те годы приходились многие нововведения Н.С. Хрущева, в частности, развернулась кампания за повсеместное внедрение кукурузы. Правда, она не была для нас новой культурой, и Воронежская область, скорее, выиграла, чем проиграла от резкого роста посевных площадей «королевы полей». Но методы освоения технологии её возделывания были нередко приказными. Административный нажим на село, особенно на колхозы, нарушения устава сельхозартелей глушили местную инициативу, порождали пассивность, привычку жить по директивам сверху.

«Коммуна», как могла, противостояла этим явлениям, поддерживала полезные начинания, выступала против карьеризма, иждивенчества и безответственности.

Областные руководители (первым секретарем Воронежского обкома КПСС тогда работал А.М. Школьников) являлись, пожалуй, самыми заинтересованными и пристрастными читателями газеты. Наши удачи и промахи не проходили мимо их внимания. Алексей Михайлович поздними вечерами нередко заглядывал «на огонек» в «Коммуну», чтобы поговорить о новостях, высказать замечания, дать советы. Чаще всего разговор шёл о ситуации на селе. Первый секретарь рассказывал о своих впечатлениях от поездок по районам, подсказывал темы для выступлений, называл людей, которых, по его мнению, надо было поддержать. И мы были благодарны Алексею Михайловичу за внимание и добрые советы.

Сельхозотдел в те годы возглавлял Иван Назарович Ершов – великий труженик, безропотно тянувший свой тяжелый воз. В каждом номере материалы отдела занимали, как правило, не менее страницы, а то и полторы-две.

В те годы редакцию «Коммуны» невозможно было себе представить без таких талантливых газетчиков, как Павел Григорьевич Должиков, бесконечно преданного газете знатока проблем внутрипартийной жизни, без «контроля информации» Леонида Александровича Скорнецкого, непререкаемого эрудита и экспансивного спорщика Леонида Васильевича Бойко, ироничного, остро на язык шефа собкорвского корпуса Евгения Дорожкина; руководителя секретариата Бориса Митрофановича Подкопаева и его бес-

сменного заместителя Льва Григорьевича Райского – очень подвижного и на удивление организованного человека, который не только великолепно справлялся со своими обязанностями, но и был одним из лучших лекторов-международников.

Сельхозотдел «Коммуны» 1949 года – Иван Сидельников, Николай Коноплин, Борис Подкопаев.

«Коммуна» дружила со многими местными литераторами. На её страницах выступали Максим Подобедов и Михаил Булавин, Алексей Шубин и Ольга Кретова, Виктор Петров и Николай Задонский, Гавриил Троепольский и Владимир Кораблинов, Константин Локотков, Юрий Гончаров и Георгий Воловик, Геннадий Лутков и Павел Касаткин. А Федор Волохов и Николай Коноплин, прежде чем стать профессиональными писателями, многие годы трудились в «Коммуне».

Понимаю, что сбиваюсь на перечислении имен старых «коммуновцев», имен, мало что говорящих нынешнему поколению читателей. Но мне трудно удержаться хотя бы от упоминания этих людей, заслуживших, по моему убеждению, благодарную память земляков своей активной творческой работой на благо земли воронежской.

Нельзя не вспомнить ещё одного замечательного человека, на протяжении многих лет игравшего совершенно особую роль в жизни редакционного коллектива и пользовавшегося уважением необычайным. Речь идёт о секретаре редактора Галине Леонидовне Сазоновой. Она была в те годы совсем молоденькой – все её звали Галей. Великолепно справляясь со своими секретарскими обязанностями, Галя была ещё в редакции чем-то вроде «службы быстрого реагирования». Казалось, что она рождена исключительно для того, чтобы делать добро людям.

На посту редактора Б.И. Стукалина сменил В.В. Климов.

А теперь вернусь к теме, затронутой в начале. Ощущали ли мы, «коммуновцы», давление извне, предписывалось ли нам, о чем и как писать, кого любить и жаловать, а кого «казнить»? Приходилось ли лукавить, угождая тому или иному руководителю?

Да, мы частенько получали решения обкома и облисполкома, в которых содержались поручения газете. Иногда раздавались звонки от руководства области с рекомендациями осветить такую-то тему, подвергнуть критике таких-то работников, поддержать полезные начинания отдельных коллективов, новаторов. Мы воспринимали такие советы и указания как должное, ибо газета была органом обкома и областного Совета депутатов трудящихся.

Но я бы покривил душой, если б не вспомнил и случаев администрирования, попыток диктовать газете, что можно, а чего нельзя делать.

Припоминается такой эпизод. Наш сотрудник после участия в собрании парторганизации Воронежского совнархоза написал острый отчет, в котором подверг критике председателя Совнархоза К.Н. Беляка. Тот много сделал для Воронежа и пользовался уважением в области, тем не менее мы не сочли возможным при подготовке материала к печати как-

то смягчить критику, высказанную коммунистами. Публикация неожиданно вызвала бурную реакцию. Меня пригласили в обком для объяснений.

— Как вы смели порочить члена бюро обкома? Почему не посоветовались?

Посыпались обвинения в критиканстве, превышении прав, подрыве авторитета руководителя и т.п.

Как мог, обосновал свою позицию и предложил обсудить этот случай на заседании бюро обкома официально. Со мной согласились, но до обсуждения статьи дело не дошло.

Бывали, правда, и более сложные ситуации.

Зимой 1957 года области вручали орден за успехи в развитии сельского хозяйства. На праздник в Воронеж прибыл член Политбюро ЦК КПСС В.М.Молотов. Хотя в то время Вячеслав Михайлович и не занимал высших государственных постов, он оставался личностью легендарной. Мне впервые довелось общаться со столь крупным политическим деятелем, соратником Ленина и Сталина. И можно легко представить наше волнение, связанное с освещением в «Коммуне» его пребывания в области.

На совместном торжественном заседании обкома КПСС и областного Совета депутатов трудящихся, которое проходило в драмтеатре, В.М. Молотов выступил с речью. Её текст был заранее получен редакцией, мы его полностью напечатали. Опубликовали и официальную информацию о пребывании высокого гостя в Воронеже. Кстати, её текст был подготовлен на конкурсной основе. Наиболее подходящим признали вариант П.Г. Должикова.

На следующий день после торжественного заседания на площади имени Ленина состоялся многотысячный митинг воронежцев, на котором, наряду с другими, выступил и Вячеслав Михайлович. На мой взгляд, это был не вполне удачный экспромт: несколько стандартных, не очень гладко сформулированных фраз, обращенных к участникам митинга, вызвали лишь вежливые аплодисменты. Воронежцы были разочарованы слишком коротким и не очень интересным выступлением московского гостя.

После митинга В.М. Молотов в сопровождении областного руководства выехал в один из сельских районов. Следующий день он провел в Воронеже. Поздним вечером, когда очередной номер газеты уже подписали в печать, в моем кабинете раздался телефонный звонок:

— С вами хотел бы поговорить товарищ Молотов. Зайдите в директорскую ложу драмтеатра.

Через несколько минут я был в театре. Шла пьеса М. Горького «На дне». Вячеслав Михайлович жестом

пригласил присесть рядом и подождать до перерыва. Во время антракта я стал невольным свидетелем жесткого телефонного разговора с главным редактором «Правды» П.А. Сатюковым. Он резко отчитал за опечатку, допущенную при опубликовании его воронежской речи (вместо слов «натруженные руки» напечатали «напряженные руки»). Закончив разговор с Москвой, Молотов обратился ко мне:

— Товарищ редактор, почему вы не опубликовали мою речь на городском митинге?

По-видимому, нет нужды объяснять, что я чувствовал в этот момент. Был обескуражен и какое-то мгновение не находил подходящего ответа. Наконец собрался с мыслями:

— Вячеслав Михайлович, к сожалению, ваша речь не стенографировалась, а публиковать такой ответственный текст по живой записи я не решился.

В.М. Молотов усмехнулся:

— Скажите лучше, что пожалели место в газете. Я сам работал редактором, знаю, как приходится дорожить каждой строчкой...

Скоро меня отпустили. На другой день, когда в зале обкома партии происходила церемония вручения воронежцам государственных наград, я ещё раз оказался лицом к лицу с Молотовым. Вручая мне орден «Знак Почета», он добродушно сказал:

— Вчера я по-стариковски поворчал на вас. Не обижайтесь, всякое бывает. Желаю вам удачи.

Эти извинительные слова Молотов произнес негромко, их, кроме меня, вряд ли кто слышал. И я очень скоро понял это. Отношение ко мне со стороны областного руководства после эпизода в драмтеатре стало прохладным. И, возможно, пришлось бы оставить редакторское кресло, если бы не событие, последовавшее месяца через три. В.М.Молотова как участника антипартийной группы вывели из состава высших партийных органов и исключили затем из членов КПСС.

Осенью 1960 года меня пригласили на беседу в ЦК КПСС и предложили перейти на работу в отдел пропаганды. Было очень трудно расставаться с «Коммуной», с коллегами и друзьями. Нелегко было уезжать из области, где прошла юность, где я прошёл суровую и мудрую школу жизни. Но куда бы ни бросала меня судьба, всегда ощущал себя воронежцем, питая чувство сыновней любви и признательности к своей малой родине, перед которой всегда был и останусь в неоплатном долгу.

Источник: газета «Коммуна», 6 мая 1997 г.

Друг мой надёжный

Евгений ВИХРОВ, председатель Воронежской общественной организации «Аннинское землячество»

Знакомство с «Коммуной» началось у меня в далёкие 30-е годы прошлого столетия. Отец, работавший в

то время председателем Алексеевского райисполкома, в числе других газет выписывал и областную. Вечерами к нам приходили соседи, и мама, которая преподавала в начальной школе, читала им свежие новости.

А уже с середины сорок четвёртого «Коммуна» стала для меня близким другом и помощником. Дело в

том, что к этому времени, после возвращения из эвакуации к своей матери, которая учительствовала в хуторе Редкодуб Алексеевского района, стал я секретарём комсомольской организации колхоза «Верный путь».

Запомнились вечера, когда после трудового дня молодёжь и колхозники, а вернее колхозницы, мужики все были на войне, собирались в хате агитатора. Коллективное чтение «Коммуны» порой затягивалось допоздна. Ведь других источников информации тогда у нас не было. Радио на хутор пришло лишь после победного сорок пятого. А тогда читали газету, обсуждали статьи, узнавали об очередных победах Красной Армии. Женщины ненароком и всплакнув, вспомнив своих мужей.

«Коммуну» в Редкодубе выписывали правление колхозом и моя мама. Лично для меня газета была хорошим подспорьем при подготовке докладов. В ней печаталось много важной и интересной информации. И газете доверяли.

Никогда не забуду май 1945 года. Ни электричества, ни телефона, ни радио, как я уже говорил, на хуторе не было. Новости узнавали из «Коммуны». И ещё надёжно работало «сарафанное радио». Утром в сельский Совет отправляли гонца, как правило — кого-нибудь из школьников. Когда надо было довести какие-то указания до председателя колхоза, то их передавали гонцу, и он бежал на хутор.

Вот так, через «сарафанное радио», мы и узнали об окончании войны. Сразу не поверили. Дождались, пока 10 мая пришла «Коммуна».

В школе собрались все хуторяне. Сначала мама зачитала сообщение Совинформбюро о безоговорочной капитуляции гитлеровской Германии. Затем стал читать я приказ Главкомандующего. И тут народ прорвало. Ликование охватило всех, смешались слёзы радости и горя. Газета, отпечатанная на невзрачной серой бумаге, ходила по рукам, от одного дома к другому. И в тот момент, казалось, дороже и ближе её ничего нет.

Я благодарен «Коммуне» за помощь и поддержку в бытность моей работы первым секретарём РК КПСС в Репьёвке и Анне. Положительные материалы прибавляли сил и энергии, а здоровая критика с её страниц помогала глубже и строже взглянуть на те или иные дела, методы работы. Авторитет печатного органа был достаточно высок.

Письма звали в дорогу

«Письмо позвало в дорогу» — такая постоянная рубрика была в воронежской «Коммуне» в 60-70-х годах. Отдел писем, где я штатно числился специальным корреспондентом, по праву считался тогда самой горячей точкой в редакции.

Наш телефон не умолкал. Звонили по самым разным вопросам. Где-то наловчились по блату отпустить дефицитный товар. Где-то прохудилась крыша, а бюрократы из ЖКО и в ус не дуют. Где-то перестали обращать внимание на культуру, и явным доказательством этого вопиющего факта служит ржавеющий замок на дверях клуба...

Без скромной ложности скажу о том, что рабочий день я начинал с чтения областной газеты. Тогда уже в 8 утра почтальон приносил «Коммуну», и я успевал ознакомиться с общественно-политической жизнью страны, со всем, что происходило в Воронежской области.

В те годы на газетных полосах публиковалось много полезных и положительных материалов, распространяющих опыт хозяйственной, культурной и политической деятельности. Особенно выделялись публикации об аграрно-промышленном комплексе, печатавшие под рубрикой «Передовой опыт». И ещё об одном, на что я бы хотел обратить внимание нынешних журналистов. Тогда очень широко подавались материалы о соревновании, человеке труда. Публиковались фотографии победителей, рассказывалось о его новаторстве. Это мощный стимул и, на мой взгляд, грех о нём забывать.

Хорошо то, что «Коммуна» наших дней стремится сохранить добрые традиции своих предшественников. С интересом читаю публикации Виктора Силина, Бориса Ваулина, Алексея Соловьёва, Валерия Казанова. Жаль только, что редко публикуются сообщения под рубрикой «По следам наших выступлений». И остаётся неясным, что же изменилось после критических публикаций.

Стоит вспомнить и собственных корреспондентов «Коммуны», с которыми довелось общаться во времена работы в сельских районах. Это Пётр Скаков, Александр Казьмин. Их материалы отличались глубоким знанием дела, объективностью и литературным мастерством.

По долгу службы довелось близко знать главных редакторов Алексея Шапошника, Всеволода Климова, Владимира Евтушенко, Алексея Наквасина, Виталия Жихарева. В этих людях меня поражала способность за массой текущих дел видеть главное, умение держать и вести журналистский коллектив.

Желаю «Коммуне» оставаться такой же интересной, авторитетной и умной собеседницей. Именно за это её уважают и ценят читатели.

Источник: газета «Коммуна» №55 (25883), 19.04.2012 г.

Вместе со мной в отделе писем трудился известный воронежский поэт Олег Шевченко. По поводу всех этих жалоб он сочинил однажды юмористический стишок, который был помещен в нашей редакционной стенгазете «Смех смехом»:

*Нет от милого привету,
Пишу жалобу в газету.
Ты, редактор, помоги,
Моё счастье сбереги!*

Каждый день в «Коммуну» поступало до ста читательских писем. Добрую половину почтовых конвертов принимал наш отдел. По должностной ин-

струкции, в течение 10 дней мы были обязаны дать каждому посланию надлежащий ход: либо напечатать, либо ответить автору, либо направить на рассмотрение в тот или иной административный орган. Наиболее проблематичные, на наш взгляд, послания мы откладывали в особую папку с пометкой: «Выехать на место».

Так со временем и родилась рубрика «Письмо позвало в дорогу».

...То коллективное письмо жителей росошанского села Алейниково, которое позвало в дорогу, приобрело для меня в этом смысле самую неожиданную развязку. И — со счастливым финалом.

Жалоба селян была такая: приходится добираться до райцентра на попутных машинах, а то и похуже — пешком. Расстояние нешуточное — 22 километра! Колхозный ветеран дедушка Поляничко упоминался в том письме, у которого очень маленькая пенсия. И поэтому ему иногда приходится ловить попутку, чтобы продать на районном рынке мед со своей усадьбы пасеки. И другим селянам есть что свезти на базар с усадьбы, чтобы как-то подкрепить домашний бюджет. Да мало ли ещё каких неотложных дел у алейниковцев, которые ждут не дождутся регулярного автобусного сообщения?

Приехав в Россось, я первым делом направился на автостанцию. Здесь никак не ожидали, что их промашка с регулярным автобусным сообщением до села Алейниково станет поводом для специального приезда корреспондента областной газеты.

— Будет маршрут! — без всяких бюрократических проволочек среагировал начальник автостанции.

— Когда?

— Хоть завтра!

Тем пущенным новеньким автобусом я и приехал на другой день в Алейниково, чтобы напрямую сообщить подписантам жалобы, что их сигнал не только услышан, но и принят начальством к живому исполнению.

С легендарным пасечником Мироном Александровичем Поляничко я тогда встретился. Стала для меня встреча тем самым счастливым финалом моей командировки в сельскую глубинку.

— Коли мед, так тебе и ложку, — радушно усадил меня пасечник за стол. — Угощайся, сынок! Такого золотого меда ты не сыщешь больше в нашей округе. Пчела Мирона Поляничко давно уважает!

Подперев белую бороду руками, дедушка вспомнил о том далёком и необыкновенном времени, когда ездил в Москву продавать вот такой же золотой мёд, как больше недели собирал выручку в мешок из-под жита и с тем мешком ассигнаций подъехал он на трам-

вае к исходу своей торговли к воротам Наркомата обороны СССР.

— Задержали меня солдатики, — вспоминал Мирон Александрович. — Куда, мол, батя, прёшь со своим мешком? «Тут, в этом мешке, — объясняю, — триста семь тысяч рублей сложено. И желаю я их отдать в наш победный Фонд обороны».

Принял Мирона Александровича, как он выразился, «очень большой генерал». О себе рассказал ему Поляничко, о колхозной пасеке, которую удалось сберечь от военного разора, о том необыкновенном взятке, какого, можно сказать, не было лет десять: аж 20 центнеров мёда определила ему артель на трудодни. И свои пчёлы наносили порядком. Вот и заявился он в столицу. Тут мёд оптом идёт. А в Воронеже «на стакан» торгуют. Да и покупателей после освобождения города от немцев раз-два — и нету.

А деньги вносит Мирон на покупку трёх «летающих» танков, чтобы подарить их фронту. Так в газетах называют самолёты Ил-2. Это в память о трёх его сыновьях — Савелии, Иване и Михаиле, на которых пришли похоронки с Курской дуги. Почему желательно, чтоб были самолёты-штурмовики? На прифронтовом аэродроме служил старший — Савелий. Заправлял «летающие танки» горючим, и сообщил он как-то в одной из своих весточек домой, как лихо приходится немчуре от их штурмовых налётов.

Признательно обнял генерал Мирона Александровича за его денежный дар, заверил, что сделает всё, чтоб добраться бате до заволжской станции Безымянка. Там, на авиазаводе, предоставят ему возможность самому выбрать эти штурмовики.

— Товарищ Сталин, — сообщил мне напоследок старый пасечник, — личную благодарность вынес за мои три самолёта. Только я доселе не пойму, за что мне её выносить? Каждый из нас должен был помогать державе осилить Гитлера. Жить нам или не жить, вырастить наших детишек или нет — вот так ставился в то время для всех нас вопрос.

Позвало «коммуновское» письмо в дорогу. Благодарительной оказалась тогда для меня та дорога. Вновь убедился я в том, что нет у нас такого селения, такой точки на карте, где не было бы удивительных историй и людей. Свой очерк, написанный после той поездки, я так и назвал — «Отыщите на карте Алейниково».

Владимир ПЕТРОПАВЛОВСКИЙ, член Союза российских писателей
Источник: газета «Коммуна» № 53
(25881), 14.04.2012 г.

Его звали «Котыч»

Она позвонила в тот день, когда в типографии закончили печатать мою книгу «Летописцы из «Коммуны». Представилась: «Я — Майя Александровна Котова. Мой отец, Александр Дмитриевич, в начале тридцатых пришел в «Коммуну», работал заведующим промышленным отделом, заместителем редактора.

Создавал он и районную газету в Рассказово, что неподалеку от Тамбова. Скажите, вы ничего не писали о моем отце?».

Имя Котова мне было известно. Известны были и кое-какие факты его биографии. В основном те, что приводит Борис Дьяков в своей книге «Годы молодые...».

Они ведь работали в «Коммуне» вместе: Котов — заведующим отделом, а Дьяков — его заместителем.

— Я бы многое могла рассказать, — сказала Майя Александровна, — дополнить дяди Борины воспоминания. Вы не против? Как я мог быть против?! Это же настоящая удача, что разыскалась дочь Александра Котова, которого иначе, как Котыч, в «Коммуне» никто не звал.

...Пыльная, одноэтажная станица Наурская, отосившаяся в то время к Чечне, неласково встретила питерского рабочего Дмитрия Котова. Сюда, на окраину Российской империи, его выслали под надзор полиции за революционную пропаганду. До первой русской революции оставалось еще целых пять лет. Тихая, какая-то полусонная жизнь местного населения, которое, казалось, так и будет беспробудно пребывать в этом состоянии.

— Я знаю, что мой дед женился на чеченке, — рассказывала Майя Александровна. — Она была учительницей. Родила двоих сыновей. Один из них — мой отец — появился на свет 22 октября 1902 года. А его брата звали Петр. Он был военным, дослужился до полковника. Отец же пошел по журналистской стезе.

Еще совсем пареньком Саша Котов очутился в Пятигорске. Надо было хоть как-то зарабатывать себе на хлеб. Тогда там издавалась газета «Терек». И он пошел работать разносчиком газет. А потом решил и сам попробовать написать заметку. Принес в редакцию, в отдел писем. Там прочитали — и дали «добро». «У тебя, парень, есть задатки газетчика, — сказали в редакции. — Пиши».

А через год Саша Котов уехал в Москву поступать в Коммунистический институт журналистики. То был первый набор. Рекомендацию ему дали журналисты «Терека». И поехал не один, а с молодой женой Анной.

Как писал впоследствии Борис Дьяков, «жена Котыча — смугловатая терская казачка Нюся». Познакомились они в Пятигорске: Аня Лаврикова училась здесь в педучилище и к тому же неплохо печатала на машинке. «Ты, Котыч, — шутили в институте, а потом и в редакции, — нашел себе и жену, и секретаря».

— Мама не обижалась на подобные замечания, — говорит Майя Александровна. — «Это же очень хорошо, — заявляла она, — когда муж и жена еще и общим делом связаны...».

На распределении Котычу предложили на выбор редакции в Ленинграде, Свердловске и Воронеже. Он выбрал Воронеж.

Вот он идет с вокзала по проспекту Революции. Останавливается у дверей редакции. Замечает, что возле входа, на тротуаре, на постаментах установлены два большущих шара. «Уж очень помпезно!» — отмечает про себя Котов. Заходит в редакцию и — прямоком к редактору Александру Владимировичу Шверу.

— Александр Дмитриевич Котов. Направлен в ваше распоряжение для дальнейшего... — ...прохождения службы, — неожиданно закончил фразу Котова редактор Швер.

И они оба рассмеялись.

— К чему такая официальность?! Мы ведь не на армейском плацу. Присаживайтесь, Саша. Давайте поговорим по душам. Вы теперь член нашей семьи, которая так и зовется — «Коммуна».

А вот как на ту пору рисует Борис Дьяков портрет своего друга и коллеги: «Саша Котов — один из первых выпускников Коммунистического института журналистики. В редакции его окрестили Котычем. По общему мнению, такое прозвище как нельзя лучше отвечало внешности «крещеного»: небольшого роста, широкоплечий, лицо курносое, с веснушками».

Никто в редакции так быстро не писал передовых и подвальных статей, как он. Никто не придумывал более хлестких заголовков, чем он. И никто с таким упорством не отстаивал материалов своего отдела, как Котыч. И в характере, и в стиле работы, и в отношениях с людьми — во всем у него искренность, простота и принципиальность».

Сначала они жили в частном доме по улице Карла Маркса. Там у них была одна комната. Потом им дали трехкомнатную квартиру по улице 11 мая (ныне — Театральная) на втором этаже, без всяких удобств.

— А когда прямо напротив нашего дома построили дом для сотрудников «Коммуны», — рассказывает Майя Александровна, — то отец отказался переезжать. Сказал, что ему и здесь хорошо.

Отца же они, дочери, Майя и Галина, видели только по выходным. В обычные дни он уходил в редакцию, когда они еще спали, а возвращался домой, когда девчонки уже улеглись в постельки.

Правда, летом они виделись чаще.

— С июня по конец августа мы проводили время в Дубовке, — продолжает Майя Александровна. — Там находился длинный одноэтажный деревянный дом — летняя дача журналистов. Рядом — спортплощадка, газоны, цветники. Добраться туда можно было электричкой. Поэтому, волей-неволей, отец подстраивался под ее расписание и засветло приезжал к нам на дачу. Если, конечно, не был в командировке. А колесил он по области много.

Именно в бытность Котова заведующим отделом промышленности редакции газеты «Коммуна» в Воронежской области возводились такие крупные производства, как заводы СК-2, Подгоренский цементный, масложиркомбинат в Евдаково, строили ВОГРЭС... Тогда на редколлегии решили на всех этих объектах индустрии создать выездные редакции «Коммуны», пристально следить за соблюдением технологии и темпами стройки, помогать строителям. И журналисты помогали. И не только тем, что «критику наводили», — доходило до того, что ехали «толкачами», пробивали стройматериалы.

И тут вдруг Котова вызывают в обком и предлагают отправиться на год в Рассказово, создать там районную газету.

«Зашла в наш отдел стенографистка Надя Волкова, — вспоминал Борис Дьяков. — Она же — член местного комитета».

— Александр Дмитриевич, у вас с первого августа отпуск.

— Еще не устал.

— По графику, должны идти.

— Прошу вас, Надя, вычеркнуть меня из всех списков.

Стало понятно: Котыч уходит из «Коммуны»!

— Да, ухожу! — признался он, провожая меня на вокзал, к дачному поезду. — Назначают редактором в Рассказовский район... Сначала я возражал, топорщился. А после разговора со Швером решил ехать. Ты знаешь, это даже интересно. Даже, черт возьми, почетно!

Мы шли по городу, окутанному прозрачным вечерним светом. Котыч рисовал заманчивые картины... Он едет в Рассказово, неподалеку от Тамбова. Начинает там с первого кирпича: ищет помещение для редакции, набирает сотрудников, оборудует типографию, цинкографию — гора работы! Но зато какое удовлетворение!

— Ты представь: каждый день быть в самой гуще жизни, быть организатором, вдохновителем. Это же прекрасно!

Замедлив шаг, Котыч вдруг предложил:

— Поедем вместе, а?.. Не пожалеешь.

Все, как и мечтал Котов, осуществилось.

И Дьяков с ним отправился в Рассказово.

И редакцию они создали.

И штат журналистский подобрали.

И газета была в авторитете.

А потом, через год с лишним, они вернулись в «Коммуну».

— Кого из журналистов «Коммуны» я помню? — переспрашивает Майя Александровна. — Ну, конечно, Михаила Николаевича Морева. Это его «нашел» мой отец. Разглядел в нем, начинающем стихотворце, будущего талантливого газетчика. Помню тетю Клаву

Каледину. Она мне брошку подарила, такой забавный медвежонок. Привезла из заграничной командировки. Беню Копелиовича отец уже вызвал к себе на подмогу в Благовещенск, когда его назначили редактором «Амурской правды».

«Котыча перебрасывали на Дальний Восток, ответственным редактором областной газеты «Амурская правда», — вспоминал Борис Дьяков. — Он уговаривал меня ехать с ним:

— Горы, леса, Амур, золото, уголь!.. В общем, жлу».

Дьяков на этот раз за Котовым не последовал. Приехали, кроме Копелиовича, еще трое «коммуновских» журналистов. Было это в марте тридцать пятого.

А 27 октября печально знаменитого тридцать седьмого его арестовали.

— Накануне отец писал письмо Сталину, — говорит Майя Александровна. — Пошел в обком, чтобы письмо передали непосредственно в Кремль. Пошел — и больше мы его не видели.

Коммуниста Александра Дмитриевича Котова арестовали прямо в стенах обкома партии.

Как японского шпиона и террориста.

Второго апреля тридцать восьмого Котова расстреляли.

В пятьдесят седьмом — посмертно реабилитировали.

Девятнадцать лет его семья жила в полном неведении.

Ушел — как канул в воду.

Остались только несколько фотографий.

Да память дочерей.

Виктор СИЛИН

Источник: газета «Воронежская неделя» № 15 (2052), 11.04.2012 г.

«Вы этой дружной работой куёте сказочную бль»

Бумагу для издания «Воронежской бедноты» собирали по всему городу

«Дата рождения «Воронежской коммуны» относится ко дню вступления в Воронеж советских войск после того, как банды Шкуро были вышвырнуты из города. Вполне резонно при этом отмечают, что эта газета была непосредственной преемницей выходивших до захвата Воронежа бандами Шкуро газет «Известия Воронежского Губисполкома и Губкома РКП (б)» и «Известия Совета обороны Воронежского укрепленного района». Это бесспорно. Следует, однако, отметить, что период внутриутробного развития нынешней «Коммуны» был более длительным, и она стала преемницей не только этих газет, но и большевистских газет 1917 года и таких самостоятельных изданий Губкома РКП (б), как ежедневная газета «Воронежская беднота» (выходила с декабря 1918 по 30 сентября 1919 года; сотрудники этой газеты влились в

аппарат редакции «Воронежской коммуны» с первых дней выхода) и такой же ежедневной газеты «Красная деревня» (выходила с марта 1920 года по январь 1921 года)», — писал в своих так и не опубликованных воспоминаниях (1959 год) Георгий Литвин-Молотов — человек, без которого историю нашей газеты представить невозможно.

Документы губернского комитета ВКП (б) с 1918 по 1928 год собраны в фонде №1 Государственного архива общественно-политической истории Воронежской области. В одной из папок — переписка, которая велась в 1918-м с уездными комитетами РКП (б), воинскими частями, учреждениями. Темы весьма разнообразны.

Среди первых листов папки — послание общине Евангельских христиан: «В ответ на Ваше отношение от 10 октября за №183 Губернский Комитет Р.К.П

(большевиков) извещает, что разрешить занимать зал для Ваших собраний не может, т.к. помещение занято под Клуб коммунистов».

Подписали документ Николай Кардашов – председатель губкома большевиков и Георгий Литвин, секретарь Губкомпарта, ведавший вопросами пропаганды.

Продолжим знакомство с документами.

Вот приглашение на открытие Красноармейского клуба – Губкомом туда делегирован товарищ Рындин. На одном из соседних листов – обращение к Лискинскому райкомитету партии с предложением «в кратчайшие сроки организовать читальню-библиотеку»: для неё должна быть «немедленно налажена выписка и распространение газет».

30 ноября в Воронеже открылась консерватория – обучение бесплатное. Вечером того же дня в театре «Амбир» прошла лекция «Настоящее и прошлое Земли». Сведения о лекциях в «Амбире» идут в архивной папке прямо-таки лейтмотивом. 23 ноября темой был «Интернационал», 27-го – «Америка», 3 декабря – «Русский север», 21-го – «Происхождение домашних животных».

Возможно, среди получивших билеты «товарищей рабочих и крестьян» оказался и ставший в ноябре студентом исторического отделения недавно открывшегося в Воронеже университета Андрей Климентов – будущий Платонов. В 1919 году судьба сведёт его с Литвиным-Молотовым.

Сразу несколько документов, датированных концом ноября, посвящены выпуску новой воронежской газеты. По разным адресам шли письма из Губкома; некоторые – поучительный для потомков пример использования административного ресурса.

«В Губернский Продовольственный Комитет
Товарищу Нелюбину (лично)

Уважаемый товарищ, Воронежский Губернский комитет Р.К.П., приступая к изданию газеты «Воронежская беднота», наметил как единственно пригодную в техническом отношении типографию Советскую (улица Свободы), где печатаются и Ваши «Известия». Так как одновременно печатать обе газеты для типографии не представляется возможным, и так как Ваша газета с таким же успехом может печататься и в других типографиях, то предлагаем Вам освободить от Вашей газеты Советскую типографию, дабы могли мы приступить к изданию своей газеты.

О Вашем решении благоволите уведомить.

С коммунистическим приветом.

Тов. Председателя Губ. Комитета Р.К.П. (Ерман)
Секретарь (Литвин)».

Обращение отправлено 28 ноября.

Следующий архивный лист – датированное тем же днём письмо «в Литовский Комиссариат» с просьбой продать Советской типографии «Ваши моторы типографские».

Иногда, как видим, Губком был готов и заплатить.

30 ноября в уездные парткомы ушло письмо с предложением принять в работе «Бедноты» «самое горячее участие путём освещения как партийной, так и Советской жизни вашего уезда», а заодно «принять энергичные меры к её распространению в деревнях и сёлах».

А редколлегия «Известий Воронежского Губисполкома» получила в тот день из Губкома предложение «1) отчислить в Редакцию «Бедноты» одну из Ваших экспедиторш, 2) одолжить Редакции пять тюков газетной бумаги» (те же пять тюков было предложено выделить новой газете и редактору «Вестника округа Путей Сообщения»).

Интересно, как восприняли эту не лишённую наглости просьбу делавшие газету Владимир Нарбут и Аркадий Савин? Ответили они 3 декабря. И в их вежливом письме мне чудится едва сдерживаемое раздражение: «1) Ввиду приближения срока новогодней подписки на газету и связанной с ней усиленной работы по конторе экспедиторша (единственная по всей конторе) для инструктирования конторы газеты «Бедноты» (так! – В.Ч.) может быть отчислена на время не более двух недель. 2) Вследствие того, что запаса бумаги, имеющегося в конторе «Известий», при самом минимальном ежедневном расходе хватит всего лишь на месяц (приблизительно), а дальнейшая доставка бумаги из центра почти невозможна (многие столичные газеты, как, например, «Красная Армия», «Коммунар», закрываются, а другие, как «Известия В.Ц.И.К» и «Правда», сокращаются в объёме), Редакция, давая взаймы для газеты «Бедноты» 3 кипы бумаги, просит Губкомитет Р.К.П. обратить самое серьёзное внимание на своевременное получение бумаги газетой «Беднотой». В противном случае, Воронеж вынужден будет остаться совершенно без газет».

Поступившее вскоре в редколлегию «Известий» из Губкома предложение «отдать распоряжение по конторе, чтобы газетчикам «Известия» отпусались только в том случае, если они берут для продажи «Бедноту» и следить за проведением в жизнь этого постановления», видимо, окончательно расставило приоритеты.

Интересно, кстати, что трудности с бумагой не помешали Нарбуту выпустить несколько номеров литературного журнала «Сирена».

Георгий Литвин-Молотов вспоминает:

«Надо иметь в виду, что Воронеж и губерния за время Гражданской войны были очень опустошены (...). У нас и раньше ощущался недостаток в бумаге, в шрифтах, печатных машинах, в типографской краске, в материалах для цинкографии. Газета «Воронежская беднота» всё время выпускалась на жёлтой обёрточной бумаге. «Красная деревня» выпускалась на серой обёрточной хлопчатой бумаге. И «Воронежская коммуна» частью тиража выходила на жёлтой бумаге (обёрточной), а частью – на серой. Только праздничные номера выпускались на более сносной бумаге».

К концу месяца номеров вышло немного, но оценку газета получила уже 28 декабря, на первом заседании III Воронежской губернской конференции РКП (б) – её протокол хранится в областном ГАОПИ.

«Бедноте» был посвящён содоклад её редактора Самария Ерман. В Воронеж тот, как сообщает Виктор Силин в книге «Летописцы из «Коммуны», эвакуировался из Кременчуга и, занимая пост товарища председателя Губкомпарта, успел проявить себя в качестве редактора еженедельника «Пролетарий».

«Газета начала выходить 12 декабря, до тех пор издание затруднялось: 1) отсутствием типографического материала, 2) бумажным кризисом и 3) почти совершенным отсутствием опытных сотрудников. Среди провинциальной прессы «Воронежская беднота» является, несомненно, одной из лучших. Газета расходуется в количестве 2500 экземпляров, причём тираж её должен повыситься».

Главное внимание уделялось отделам деревенской жизни — «По нашему краю» и «Деревенские письма»: «Последний отдел должен сыграть большую роль, так как есть сведения, что газета дошла уже до глухих мест нашей губернии, что доказывает её популярность».

В подготовленном к конференции отчёте Губкома есть строки и о партийной печати.

Похоже, последняя из процитированных мной фраз Ермана была всё-таки некоторым преувеличением. «Газеты по-прежнему плохо доходят до деревни: с ухудшением дел на фронте даже уездные города часто оставались без столичных и губернских газет. Этот пробел до известной степени восполняется тем, что почти во всех уездных городах издаётся «Известия», а, например, в Землянске и партийная газета (довольно слабая) «Коммуна».

И далее: «Издание газеты, на которую возлагались задачи чисто организационные — сплочение партийных сил вокруг неё, — долго не удавалась Комитету».

О «Бедноте» сказано: «Пока газета расходуется».

Из книги Олега Ласунского «Житель родного города» узнаём, что 15 января 1919 года Ермана сменил в кресле редактора Литвин-Молотов.

Весной ему принёс свои стихи Андрей Платонов. Георгий Литвин сразу же взял его под своё крыло, пригласив стать одним из редакторов отдела «По нашему краю», в «Бедноте» занимавшего вторую полосу. Её основу составляли письма с мест; разумеется, они нуждались в стилистической обработке.

«Е.Н.», «Л.В.», «Л.С.», «Рабочий», «Потапов», «Сидоров», «Аким Прохожий», «Жук», «Лука Кручина», — о судьбе большинства авторов «Бедноты» теперь, конечно, узнать что-либо невозможно. Известны даже имена многих из них.

В ГАОПИ Воронежской области хранится подшивка номеров «Бедноты», вышедших с 10 мая по июль 1919 года. Листая её спустя почти век, ловишь себя на мысли — а ведь это же платоновский персонаж пишет: «Крестьянин села Верхотопья Землянского уезда задумал напарить из припрятанной от голодающих рабочих и крестьян мучицы — самогонки. Ночь пришла, началась работа — и не заметил самогонщик, как загорелась его хата. Сгорели дотла постройки и хата его родственника, жившего по соседству».

Кто-то радуется открытию в селе Васильевка Бобровского уезда зубокабинета («Население волости приветствует Советскую власть, удовлетворяющую насущной нужде деревни»). Кто-то возмущается, что в кинематографе с гордым названием «Пролетарий» показывают народу «Месть покинутой». Служащий психиатрической Бунаковской больницы жалуется на действия «до сих пор ещё деспотической администрации». Некто доносит, что в учреждениях Нижнедевицка слу-

жат люди, преданные не рабоче-крестьянскому правительству, а «буржуазии и попам»: выразилось это в том, что «в Пасху больше половины отделов не работали».

Газета откликается на просьбу товарища Гутина из Действующей армии ответить, зачем стрелку часов перевели на три часа вперёд. По соседству — лозунги: «Буржуазия изобрела винтовки и пулемёты, пока существует капитализм, не выпускайте их из рук своих»; «Колчак отнял у наших семей хлеб, Деникин — уголь у наших заводов. Смерть царским генералам!»; «Мы воюем против войны. Мы убиваем убийц народа. Мы несём мир всему миру».

А вот пламенное стихотворение «Рабочим» Петра Алдошкина:

Стучите громче молотками.

Пылает старый мир огнём.

Дружней работайте!

Мы с Вами

Дорогой новой идём.

Пусть с Вас струится

пот кровавый,

Струится ночью и днём,

Мы труд Вам увенчаем славой

И песни новые спойм.

Стучите с силой и охотой,

Пусть не страшит Вас

смерд и пыль,

Вы этой дружною работой

Куёте сказочную быль.

Вы храбро реёте

рабства сети,

Превозвеличивая труд.

И Вам спасибо скажут дети,

Когда счастливо заживут.

Кажется, перевернёшь страницу — а там корреспонденция из Чевенгура.

В номере №134 от 21 июня я нашёл отчёт с V Губернской партконференции. Выступал на ней и Георгий Литвин.

Говоря о проблемах с распространением печатных изданий в уездах («мешает отсутствие автомобилей и моторных лодок»), он, тем не менее, отметил: «Распределение газеты за последнее время улучшилось. До мая месяца газета печаталась в 4000 экземплярах, теперь же её выпускается 10-11 тысяч и предполагается в ближайшем времени увеличить до 30000 в день. Из этого количества для города отпускается в среднем 600 экземпляров, все же остальные направляются через учреждения в уезды и деревни».

«Воронежская беднота» прекратила своё существование накануне вторжения в город белых. А 4 марта 1920 года вышел первый номер ежедневной газеты «Красная деревня», которая во многом была её продолжением, даже сохранив некоторые рубрики.

Однако это уже совсем другая история.

Виталий Черников

Источник: газета «Коммуна» № 76 (25904),
30.05.2012 г.

Редактор Наквасин

«Бумага! Большие, шершавые, влажные от сырости листы... Костров мнёт их пальцами... Да это целый клад! Я вижу, как загораются глаза нашего редактора. Он вытаскивает из кипы один лист, складывает его вчетверо, примеряет — настоящий газетный формат. И печатать можно с обеих сторон. Даже не верится, что привалило такое счастье».

«Редактор Костров», Пётр Прудковский

В биографии человека, как и целого трудового коллектива, бывают моменты, от которых зависит, жить ли ему и работать дальше или кануть в Лету. Таким моментом для «Коммуны» стали небезызвестные августовские события 1991 года. Опубликовав «воззвание» «гэкачепистов», газета тем самым подписала себе приговор. (Хотя подобное сделали многие издания).

Какой тут шабаш устроили наши недруги! Сколько было вылито грязи и злобы в адрес редакции и журналистов! Состояние клинической смерти «Коммуны» продолжалось три дня, пока в срочном порядке из отпуска не вернулся редактор Алексей Наквасин.

— Я — на месте! — первое, что он сказал нам и тем, кто беспрестанно звонил по телефону. — И потому отвечаю за всё происшедшее и происходящее в «Коммуне».

И сейчас, 21 год спустя после тех событий, не перестаёшь удивляться мудрости, политической дальновидности, гибкости, дипломатичности нашего тогдашнего редактора.

В срочном порядке 26 августа 1991 года собралось собрание коллектива «Коммуны». Рассматривались два варианта того, что могло произойти в биографии старейшей газеты: или закрыть «Коммуну» и распустить коллектив; или сохранить её и сотрудников. Конечно, все сошлись на втором варианте. Но остаться в живых в той, нагнетаемой новой властью антикоммуновской обстановке, казалось делом почти неосуществимым.

Это сейчас, по прошествии многих лет, я понимаю, что на редакционный совет Алексей Наквасин явился с чётким планом действий. Во-первых, он предложил отказаться от учредительства обкома КПСС и просить областной Совет депутатов перерегистрировать газету. Во-вторых, в недельный срок разработать и принять новый устав редакции, распустить парторганизацию и пересмотреть состав руководства «Коммуны».

Что и было сделано.

Но тут злобствующие недруги начали с новой силой нажимать на то, чтобы «Коммуна» сменила своё, как они считали, «коммунистическое» название. Новая атака была настолько агрессивной, что вновь под вопросом оказалось существование газеты.

И здесь в очередной раз проявилась мудрость сорочачтырехлетнего Алексея Наквасина. Он предложил обратиться к нашим читателям с вопросом: какое название они хотели бы видеть на первой полосе ежедневной газеты? Одним из первых откликнулся писатель, лауреат Государственной премии СССР, человек

огромного авторитета, из тех, кого называют совестью нации, Гавриил Николаевич Троепольский. Письмо его напечатали на первой странице.

Были там и слова о том, что «первый свой рассказ я напечатал в «Коммуне» и потом не раз публиковался на её страницах, да и вообще полвека читаю газету, газету здравого смысла, название которой «Коммуна». И другой мне не надо».

И тут, в буквальном смысле, на редакцию обрушился шквал писем, телеграмм и телефонных звонков: казалось, все 172 тысячи подписчиков приняли участие в голосовании за то, чтобы «Коммуна» осталась «Коммуной».

Отстояли! Не дали власти отнять у нас наше имя. В подтверждение этому в «Википедии» читаем: «Один из самых тяжелых в истории газеты периодов, когда в 1991 году под давлением радикальных движений новые, так называемые демократические, власти стали требовать от редакции «Коммуны» переименования газеты. Журналисты «Коммуны» вместе с главным редактором Алексеем Наквасиным обратились за советом и поддержкой к воронежцам. Читатели высказались за сохранение прежнего названия».

О том, что надо быть никому «не под шапку», не чьим-то «органом и придатком», а независимым изданием, первым высказался Наквасин. Да, собственно, негосударственным изданием «Коммуна» стала при Алексее Михайловиче, в 1993 году.

Наквасин пришел в областную газету в 1988 году с поста секретаря исполкома Воронежского областного Совета народных депутатов. Его предшественник, писатель Владимир Евтушенко, почти четверть века находился у руля областной газеты. Авторитет его был бесспорным: человек творческий — одно то, что тираж его книг к тому времени составил четыре миллиона экземпляров, говорит об очень многом. Он и собрал в коллективе таких же журналистов.

Шутили, в «Коммуне» действует первичная организация Союза писателей СССР. И это действительно было так: билеты творческого Союза носили в карманах пиджаков поэт Олег Шевченко, прозаики Петр Чалый и Владимир Котенко. Ну а книги журналистов-«коммуновцев» выходили регулярно. Лев Сулов, Вячеслав Лободов, Сергей Жданов, Вячеслав Дубинкин успевали только ставить дарственные надписи на своих сборниках.

Естественно, что приход в газету Алексея Наквасина был сопряжён с рядом психологических трудностей. И в первую очередь со стороны самого претендента на редакторский пост.

— Я, конечно, понимал, что не вечно буду ходить в секретарях исполкома областного Совета, — вспоминает Алексей Михайлович. — Но чтобы возглавить «Коммуну» — у меня и мысли такой не было. Хотя по образованию я журналист.

Здесь я немного отвлекусь. И расскажу о своей последней встрече с профессором, одним из создателей факультета журналистики Воронежского госу-

дарственного университета, известнейшим специалистом в области региональной печати Георгием Владимировичем Антюхиным. В те годы я часто заходил к нему домой. Мы беседовали о «белых пятнах» в истории воронежских газет, я помогал ему разбирать его огромный домашний архив.

И вот, буквально за две недели до смерти, Антюхин сказал мне следующее:

— Это, конечно, очень хорошо, что мой ученик Лёша Наквасин председательствует в областной Думе. Я этому только рад — он порядочный человек, и с совестью у него порядок. Никому и никогда не говорил, что Алексей был моим любимым учеником. Из него бы вышел и настоящий учёный, и стоящий журналист.

Оценка Антюхина дорогого стоит.

Так вот, кое-кто из состава нашей редакции уже примерял себя к начальственному креслу. Но коллектив, увы, в упор не видел этого «кое-кого» редактором. Когда в кулуарных разговорах всплыло имя Алексея Наквасина, помнится, Светлана Власова — женщина острого ума и деловой хватки (недаром же она окончила Московский институт международных отношений) — сказала, как отрубил:

— Наквасин нам подходит! Мужик он деловой, спокойный и выдержанный.

И спорить с ней никто не стал. Наквасина в «Коммуне» приняли безоговорочно.

Время менялось не по дням, а по часам. Нужен был и человек, способный это новое уловить и донести. Сейчас попытаюсь составить своеобразный перечень того, что появилось при Наквасине. Но вначале скажу о некоей эфемерной вещи, которая витает только в воздухе, и уловить её могут лишь те, кто каждодневно приходит в редакцию.

Так вот, воздух в «Коммуне» при Наквасине был иным, чем в других редакциях. А это совсем немало — редакционный воздух! Так хорошо, если дышится легко, если вдох доставляет радость и удовольствие! Я, конечно, имею в виду воздух творчества. Работалось в такой живой обстановке лучше и выгоднее.

Создавалось впечатление, что с приходом Наквасина в редакционных помещениях появились кондиционерные установки, которые непрерывно нагнетали оздоровительный озон в кабинеты журналистов. Но особенно мощная струя шла туда, где работал Наквасин.

Если набросать список всего того, что сделал редактор Алексей Наквасин, получается вот такой перечень: прежде всего он спас «Коммуну» и предложил уйти в «свободное плавание», став самостоятельным, независимым от властей изданием; одним из первых в стране инициировал так называемые «Субботние выпуски» и первым стал выпускать молодёжные номера «Коммуны» (об этом опыте даже писала «Правда»); ввёл рубрику «Диалог» и сам стал её автором; приглашал на журналистские посиделки «неудобных» людей и первым представил пишущей братии митрополита Воронежского и Липецкого Мефодия, за что получил от партийного начальства по шапке: «Зачем попа привёл в партийную газету?».

А когда узнал, что в Киеве живёт ближайшая подруга Натальи Штемпель Мария Ярцева, которая

тоже принимала участие в сохранении архива поэта Осипа Мандельштама, то тут же снарядил меня в командировку в столицу Украины. И «Коммуна» первой прорвала годами длившийся запрет на имя поэта, напечатав большой очерк «Ангел мой» с новыми, ранее неизвестными материалами о жизни Мандельштама.

А ещё он сделал Олега Шевченко, человека не только самолично талантливого, но и способного талант разглядеть в других, своим заместителем...

В конце апреля наши коллеги-тележурналисты снимали фильм об истории и дне нынешнем «Коммуны». Пригласили мы и Алексея Михайловича. Уже после съёмки я спросил его:

— Верили ли вы в перестройку, в ветер обновления?

— Конечно верил, как и большинство людей. Но получилось из всего этого то, что получилось...

Для Наквасина, думаю, проблема выбора стала ребром в июле девяностого. Почему такая конкретность? Да именно в это время поднялась большая шумиха вокруг выделения квартиры дочери одного из первых областных лиц. (По нынешним временам, когда чиновники буквально погрязли в коррупции, то была просто невинная история). Видел, как Алексея Михайловича одолевали сомнения: «отрешиться от старого мира» или пойти прежним путём? И он сделал выбор:

— «Круговую поруку аппарата» (так называлась статья. — В.С.) ставим на первую полосу. — И чуть помедлив, добавил: — На открытие первой полосы.

Но не стоит думать, что всё складывалось так радужно и безоблачно. Думаю, что Наквасину очень не повезло с ответственным секретарём. В газете он — что в театре главный режиссёр, а в полку — начальник штаба. Взбалмошный же Валерий Попов был человеком крайне самолюбивым, не терпящим никаких возражений. («Я сказал — так и будет!»), а его истерический тонкий голос то и дело слышался на всю редакцию.

Разрушитель по сути, он спал и видел себя в редакторском кресле, потому и организовывал тайные сходки. Проходили они в его кабинете, суть же их сводилась к следующему: «Вот не станет «коммуняк», а вместе с ними и «Коммуны». Мы новую газету создадим». И к Попову потянулись люди с непомерными амбициями. Что за человек сам Валерий Степанович, красноречиво свидетельствует его автобиография, написанная в начале 60-х годов при принятии его в редакцию «Коммуны».

Так вот, на треть она состоит из рассказа об успешной карьере Попова-старшего в партийных и советских органах. Оказывается, он занимал ряд ответственных постов в советских организациях, затем перешёл на партийную работу. Работал заведующим отделом партийных, советских и профсоюзных органов. Закончил Высшую партийную школу при ЦК КПСС и так далее и тому подобное. Спрашивается: зачем в автобиографии столько восхитительных абзацев по поводу своего отца и его коммунистических заслуг? Да просто так выгодно было на ту пору Попову-младшему, изменились времена — и всё по боку!

— Конечно, о раскольнической деятельности Попова я знал, — говорит Наквасин. — Но из-под контроля ситуацию не выпускал. И в «Коммуне» вскоре появился достойный ответственный секретарь.

...А ещё в нынешний недавний приход к нам Алексея Михайловича расспросил я его о таких простых, но сокровенных вещах — о детстве, о родителях, о родном селе Верхняя Мосоловка в Усманском районе когда-то Воронежской, а ныне Липецкой области.

— В пятилетнем возрасте я мечтал увидеть верблюда, — с улыбкой рассказывает Алексей Михайлович. — Мне казалось, что он обитает где-то там, за горизонтом. Однажды, положив за пазуху краюшку хлеба, я отправился на поиски этого экзотического животного. Пешком, в жару — шла уборочная. Но горизонт всё отдалялся и отдалялся, уже и район наш закончился, а верблюд так и не появился. Силы мои оказались на исходе. И тут, на счастье, меня заприметил шофер, наш сосед. Удивился, подхватил на руки — и прямым в кабину грузовика: «Дома тебя уже ждали, все жданки проглядели, сорванец», — только и сказал.

Эту историю я как-то рассказал своему внуку Алексею. Так он, удивившись, знаешь, что мне сказал: «Странно, дед, мог бы и по сотовому позвонить, чтоб родители не беспокоились». Что тут ответишь?!

...И последнее. Я не случайно взял эпиграфом слова из рассказа одного из старейших журналистов «коммуновцев» Петра Николаевича Прудковского. «Редактор Костров» написан в двадцатые годы и рассказывает он о периоде Гражданской войны — о таком же переломном времени, в котором, но на другом уже витке истории, работал в «Коммуне» редактором Наквасин. И так же, как Кострову, ему приходилось в том числе и бумагу «выбивать».

Помнится, её запасы на наших складах исчерпались, а прежние поставщики отказались завозить новую партию, так Алексей Михайлович несколько дней искал новых поставщиков. Конечно, нашёл. Иначе просто не могло и быть.

Виктор СИЛИН
«Коммуна» №69 (25897), 17.05.2012 г.

Овечка для храма человечества

В «Красной деревне» Андрей Платонов отвечал и за пропаганду, и за лирику

Среди протоколов заседаний президиума Воронежского губкома РКП (б) второй половины 1920 года, хранящихся в Государственном архиве общественно-политической истории Воронежской области, я увидел документ, названный «Тезисы по вопросу партийного строительства». Не очень ясно, были они присланы в Воронеж из Москвы или написаны кем-то из местной партверхушки. Похоже, ближе к истине первое.

Восьмой пункт — о печати и пропаганде: «Несмотря на постановление 8-го съезда партии — печать — крупный фактор агитации и пропаганды находится в тяжёлом положении. Необходимо принять решительные меры; Комсожур должен стать фактическим отделом ЦК и соответствующих компартов, во главе должны быть поставлены ответственные товарищи. Необходимо подготовить кадры рабочих журналистов...».

Воронежская партпресса вполне соответствовала этим требованиям. 4 марта 1920 года вышел первый номер газеты «Красная деревня». Этот проект Григория Литвина-Молотова (открывшего миру Андрея Платонова) был продолжением и развитием предыдущего, «Воронежской бедноты».

Впоследствии Литвин-Молотов писал: «Организовал эту газету и редактировал её до последнего номера автор этой статьи. Газета в январе 1921 года прекратила своё существование (...). Сотрудники «Красной деревни» до закрытия газеты по совместительству работали в «Воронежской коммуне». С 1921 года они перешли в «Воронежскую коммуно».

После отъезда первого редактора «Воронежской коммуны» А.В. Шестакова из Воронежа его преемни-

ком был назначен автор этих строк. Однако в течение некоторого времени газету подписывал зам. редактора (временный редактор) М. Лызлов, ввиду моей перегрузки работой в Губкоме РКП (б) и в «Красной деревне».

Документы, хранящиеся в ГАОПИ, позволяют утверждать, что мемуарист о ряде важных деталей предпочёл умолчать. Например, о том, что одновременное управление двумя газетами было, видимо, мерой вынужденной.

Один из пунктов повестки дня заседания Воронежского Губкомпарта 5 мая 1920 года посвящён некоему «инциденту с тов. Шестаковым».

Пока не удалось выяснить, что произошло «на официально деловом заседании Президиума Губисполкома», — но после того случая Губкомпарт постановил изгнать Шестакова из организации на три месяца, а заодно исключить «из состава Губисполкома и Губкомпарта, отстранить от обязанностей редактора «Воронежской коммуны», Предгубкомсажура и Заведующего Издательским Отделом Центропечати и др.».

В июле исключение подтвердил Центральный комитет.

Сложнее выглядит, судя по документам из ГАОПИ, и ситуация с Лызловым. 1 октября на заседании Губкома было решено отстранить от должности редактора и его, направив «для редакционного задания в Павловск». Ответственным редактором стал Литвин-Молотов.

Похоже, Лызлов что-то не то опубликовал в газете: в протоколе заседания имеется поручение Губкома «выяснить личность автора статьи, помещённой в № 207 «Воронежской коммуны».

Интересно, что уже 24 декабря рабочий президиум будет по некоему сходному поводу решать

судьбу и Литвина-Молотова — и от возможной ответственности его, как принято сейчас выражаться, «отмажет»: «За помещённые в «Воронежской коммуне» в день похорон т.т. АЛЕКСЕЕВСКОГО и МОРДОВЦЕВА сведения Президиум Губкома ответственность принимает на себя. В будущем предложить т. ЛИТВИНУ установить нормальное взаимоотношение с Военной цензурой».

Умолчания в мемуарах Георгия Захаровича объяснимы и оправданны: свои воспоминания он записывал в 1959 году — через четыре года после выхода на волю. В 1946 году Литвин-Молотов, получивший на войне тяжёлую травму головы и позвоночника, был арестован «за высказывание террористических намерений и проведение антисоветской агитации» — причиной, вероятно, послужило то, что после несправедливого исключения из партии он слишком активно добивался реабилитации.

Без малого десять лет Литвин-Молотов провёл в психиатрической больнице НКВД Казани. Звучит страшно, но принудительное «лечение», возможно, спасло его от гибели в лагере.

...Листая подшивку за 1921 год, хранящуюся в ГА-ОПИ Воронежской области, замечаешь: в сравнении с «Беднотой» «Деревня» интереснее визуально. Появились рисунки — например, в дни VIII всероссийского съезда Советов публикуются портреты выступавшего на нём Льва Троцкого и делегатов, изображение Большого театра, где проходил съезд. Из «Бедноты» перекочевала постоянная рубрика «По родному краю». Основа её — письма читателей.

7 января 1921-го опубликован призыв: «Крестьяне, пишите в свою газету о своём житье-бытье». И они действительно писали. Кто-то сообщал об открытии в селе Хреновом Рождественско-Хавской волости Народного дома имени Максима Горького или благодарил артиста Тодорского и певицу Некрасову, чей приезд в село Шукавку «очень оживил местный театр».

Но больше всё-таки жалоб: «В с. Семилуках Подгоренской волости проживает один гражданин Шеголев, который причинил много вреда гражданам, а именно — брал много взяток деньгами, овечками и т.д. И раз даже проделал такую штуку: приказал, т.к. он состоит членом местного волисполкома, одной гражданке остричь себе овечку на валенки; дело было в ноябре. Овечка от холода пала. И вообще Шеголев обижает людей. Надо его убрать».

Вернёмся на полгода назад.

Среди авторов передовиц, публикуемых «Деревней» в 1920 году, — Андрей Платонов. Он откликался на самые актуальные события: войну с Польшей, борьбу с Врангелем, приезд в Москву путешественника Фритьофа Нансена, 20-летнюю годовщину начала литературной работы Наркома просвещения Анатолия Луначарского...

А вот характерный образчик пропаганды:

«Крестьянин! Ты знаешь всё, ты видишь ошибки, губительные, страшные ошибки нашей власти (но которая всё же наша, не чужая, не дарёная, а взятая нами самими), видишь в городах сытых барынь и господ, торговцев, красивых, богато одетых людей; видишь

у себя по сёлам неприступных кулаков, мельников, дармоедов, чужехлебников, маленьких панов. Видишь — и молчишь.

Видим это и мы, рабочие города. Но когда на тебя лезет медведь, забываешь про собак, кусающих ноги. На нас лезет с топором и верёвкой Польша и Врангель, и нам некогда пока попередушить своих посмелевших от нашего молчания волков. Их очередь придёт после Польши и Врангеля. Расправа будет коротка, потому что память у нас длинная».

В том июле недовольство крестьян продразвёрсткой возросло. У них забирали хлеб, скот, личные вещи. Часто имущество не выполнивших продразвёрстку уничтожалось. Появление продотряда на росошанском базаре привело к волнениям. Разумеется, мифические «сытые барыни» и «красивые, богато одетые люди» не были причиной событий, одним из последствий которых станет бунт под руководством Ивана Колесникова.

Платонов-пропагандист пытается перенаправить растущий народный гнев, отвести от удара истинных виновников. Но даже в этой ипостаси разница между ним и каким-нибудь нынешним Игорем Холманским, в разгар недавних выборов призывавшим от лица «простого народа» разобраться с массовыми митингами протеста (и сделавшим в итоге стремительную карьеру), всё-таки существенная.

Авторский стиль уже узнаваем и самобытен. Платонову удалось говорить по-своему даже в газетной передовице.

Вот фрагмент его статьи к пятидесятилетию В.И. Ленина:

«В этот день вся Красная Россия, все истомлённые, заработавшиеся люди, в мастерских городов, на оттаявших пашнях, пусть все вспомнят его, всю жизнь горящего в нечеловеческом ежедневном труде за наше освобождение, за честную жизнь на земле. В непрерывной жертве и самоотречении он забыл про себя, слившись с интересами дела, которому отдался с юности... Вся его душа и необыкновенное чудесное сердце горят и сгорают в творчестве светлого и радостного храма человечества на месте смрадного склепа, где жили — не жили, а умирали всю жизнь, каждый день, гнили в мёртвой тоске наши тёмные загнанные отцы...»

Авторы комментариев к платоновским статьям в первом томе научного издания его сочинений с некоторым удивлением отмечают:

«Красная деревня» несколько поторопилась и столь поэтично отозвалась на день рождения вождя по старому стилю — не 22 апреля, а 11-го.

В те месяцы Андрей Платонов заведовал литературным отделом «Деревни». Публиковал и свои рассказы. А иногда — рекомендации начинающим авторам: «Стихотворение вы написали искренно и почти что хорошо. Только как-то по-детски (хотя все дети пишут хорошо). «Туда, где под игом братья германцы носят на спинах тяжёлые ранцы». Это у вас вырвалось искренно, но бессмысленно».

Газета настойчиво пыталась достучаться до своего читателя. Если не найдём его в глухих сёлах, значит,

воспитаем. Насколько сложно это было, видно по напечатанной 6 января 1921 года статье Г.Н. «Старая болячка» о превращении деревенских изб-читален в «рассадник знания». Автор цитирует письмо из деревни:

«Проезжая по селу, я увидел на одной избе вывеску: «Изда-читальня». Вошедши в неё, я застал там зав. этой «избой». Обстановка читальни меня сильно поразила. На стенах висят иконы, лубочные картинки, тут же на полу валяются рваные сапоги, портянки и т.д.

Когда я спросил у заведующего, где же литература и газеты, он ответил: «Да дед её куда-то задевал. Вот придёт, тогда покажу». После его слов я невольно подумал: «Вот так рассадник света и знания».

Среди постоянных авторов газеты, смотревших в сторону села, надо упомянуть Михаила Бахметьева. В августе 1920-го он опубликовал рассказ «Старые дети» (под рубрикой «Картинки новой деревни»), а с конца года здесь маленькими кусочками выходила целая комедия в двух картинах «Деревня» (выбор названия явно не случаен).

Среди авторов передовиц, публикуемых «Деревней» в 1920 году, — Андрей Платонов. Он откликнулся на самые актуальные события: войну с Польшей, борьбу с Врангелем, приезд в Москву путешественника Фриггофа Нансена, 20-летнюю годовщину начала литературной работы Наркома просвещения Анатолия Луначарского...

Во фрагменте, опубликованном 13 января, действуют следующие персонажи: Второй мужичок, третий, четвёртый, пятый, шестой, Сторож. В следующем номере к ним присоединяются Первый мужичок и Рабочий. 22 января очередной фрагмент завершается многозначительным диалогом первого и третьего:

— На улице стемнело. Пора б и начинать.

— Без Совета начинать не годится.

Дальнейшие следы пьесы и её героев теряются. Номер от 22 января подписан новым ответственным редактором Фёдором Михайловым. Похоже, тот распорядился прервать затянувшийся разговор мужиков. Многие ли читатели к тому дню помнили начало комедии? Но сотрудничество с автором продолжится до последних номеров газеты.

С 6 по 14 февраля и с 23 февраля по 1 марта Михайлова будет подменять временный редактор Г. Окулов (они оба придут и в «Воронежскую коммуна»). За время их поочерёдного руководства «Деревней» изменилось в ней немного.

Главное отличие — напрочь исчезли иллюстрации. Появилась рубрика «Что читать крестьянину». А прямые призывы к читателям сотрудничать стали более развёрнутыми.

В одном из подготовленных Михайловым номеров я нашёл целую инструкцию для селькоров

«О чём и как писать в нашу газету»: «Все заметки и сообщения, присылаемые для газеты, должны быть изложены кратко и понятно; обязательно должно быть упомянуто село или деревня, волость и уезд; хорошо также указывать число и месяц описываемого события».

16 февраля в агитационно-пропагандистский отдел ЦК ВКП (б) уходит письмо из Воронежского губкома. В нём сообщается о двух издаваемых газетах — «Красной деревне» и «Воронежской коммуне»: «Первая предназначена для широких крестьянских масс» — в качестве ближайших её аналогов названы «Беднота» и «Гудок». «Коммуна» же «предназначается главным образом для работников-руководителей, а также для той части населения, для которой доступен помещаемый материал».

Фёдор Михайлов, как и его предшественник, считал творчество Андрея Платонова доступным для «широких народных масс». 30 января вышел полускажочный «Ерик» (скромно подписанный буквой П.), чуть ранее — стихи «Маня с Усмани». То и другое максимально далеко от агиток, которые сочинял Платонов для газеты. Кажется, он продолжал рецензировать приходящие в редакцию стихи и рассказы.

Возможно, это он ответил Моисею Забытому, чьё имя не раз встречалось мне на страницах местных газет (и даже в том номере, где опубликован этот отзыв):

«В стихотворении ты пишешь:

Я слышу стоны

разных стран,

Вижу кощунства я владык...

Упыюся кровью я из ран,

Замажу собственный язык.

Ты стал людоедом и не стал поэтом. Все присланные стихотворения плохи, ты над ними мало работал. Так нельзя. Посвящение П. Бунакову переслали в Симбирск».

Литературный отдел был важен для делавших газету. До последнего дня её жизни оставались считанные номера, а на одной из полос публиковалось новое обращение к читателям: «Истинное искусство всегда революционно, мятежно, и поэтому оно — лучшая агитация, хотя и не всегда говорит о революции. Нужна ли, т.т. читатели, эта сильнейшая агитация в нашей агитационной газете?»

Вероятно, ответы читали уже «коммуновцы». Впрочем, это ведь были те же люди, что делали «Красную деревню».

Виталий ЧЕРНИКОВ

Источник: газета «Коммуна» №85 (25913),
15.06.2012 г.



Александр Акопов: 250 выпусков – заслуга авторов

15 августа 2012 г. вышел в свет 250-й номер электронного журнала RELGA (<http://www.relga.ru>). В визитной карточке этого издания читаем: «RELGA – научно-культурологический журнал широкого профиля, проблемно-тематическое направление которого не ограничивается. Продолжает традиции “Ростовской электронной газеты” (РЭГ) с уклоном в сторону большей фундаментальности, аналитичности. Архив РЭГ и продолжающаяся нумерация со дня основания – 12 апреля 1998 года сохраняются».

У альманаха «Акценты» и журнала RELGA – давняя дружба, как и у их основателей и главных редакторов. Сегодня слово – главному редактору RELGA Александру Ивановичу Акопову, с которым он обратился к читателям и авторам юбилейного выпуска.

Не думал, что доживу до этой цифры, особенно, что наше издание доживёт... Но когда мы отмечали 200-й номер, сразу несколько авторов меня заверили, что юбилей еще будет. В этом я почувствовал поддержку в том смысле, что они будут писать для журнала. И действительно, RELGA существует благодаря авторам, это очевидно. Если бы люди не присылали в редакцию (мне либо кому-то из моих помощников – членов редакции) свои тексты и иллюстрации, как правило, готовые или почти готовые к опубликованию, издание могло прекратить существование вполне естественно, в связи с отсутствием материалов для публикации, потому что искать авторов и организовывать материалы без профессиональной штатной редакции уже бы не получилось. К сожалению, следует признать, что неважно обстоит дело с редактированием и корректурной правкой по той же причине – отсутствию штатных сотрудников. Поэтому принимаю критику и замечания по текстам в свой адрес: моя правка всех видов производится, увы, «по ходу», а точнее – «на ходу» и, безусловно, недостаточна. Не спасает в общем объеме работы и спонтанная помощь членов редакции: текстов много, даже перепубликуемые нужно проверять на предмет разных ошибок. Поэтому просьба к авторам и читателям – присылать замеченные опечатки или ошибки по опубликованным работам, не только корректорские, но и редакторские. Редакция будет благодарна...

За время, прошедшее после предыдущего юбилейного 200-го выпуска, существенных изменений в тематике и проблематике издания, также условиях его издания не произошло.

Если говорить об успехах, то, по всей видимости, это очевидное расширение распространения журнала по странам и континентам. В настоящее время, на момент выхода данного номера география посещаемости выглядит так: 103 страны и 200 городов России. Расширилась и суточная посещаемость, достигнув, а иногда превышая 3000 ай-пи-адресов в сутки.

То же относится к мнениям авторов и активных читателей. К высказанному тогда, в 200-м номере от 8 февраля 2010 года <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/w...;level1=main&level2=articles>, добавились такие же благожелательные отклики, некоторые из последних приведу. Опускаю точные даты и полные имена авторов, поскольку с ними не согласовывал цитирование. Приношу извинения за теплые слова в письмах лично в мой адрес, здесь речь идет именно о редакторе и вполне естественно сказанное относится к изданию.

Из Торонто, Канада. Из великого множества журналов, ныне издаваемых в Сети, выгоднейшим образом отличается «РЕЛГА», где можно найти статьи серьезных журналистов, освещающих жизнь страны в различных аспектах. Редакция журнала сумела привлечь к сотрудничеству массу интересных интеллигентных и образованных людей, умеющих обоснованно и грамотно высказаться по широкому кругу вопросов. Но особенно примечательно то, что при такой разнообразной тематике «РЕЛГА» остается литературным журналом. Любимому журналу «РЕЛГА» скоро предстоит отпраздновать славный юбилей. С нетерпением жду очередной, 250-й выпуск. Радуюсь, что журналу удастся идти в ногу со временем, что появляются новые имена пишущих для журнала, что количество читателей возрастает. И что при этом редакция издания не идет на поводу у рыночной экономики, самозабвенно следуя принципам подвижничества и бескорыстного энтузиазма, так характерного для лучших представителей русской словесности. Итак, мой дорогой журнал во главе с редакционной коллегией замечательных журналистов, филологов и литераторов! Желаю вам собирать факты и события нашей жизни как можно дольше! Желаю вам крепкого здоровья и удачи на избранном пути! С благодарностью за ваш плодотворный труд, с любовью, С. Л.

Из Москвы. Дорогой Александр Иванович! Сердечное матросское спасибо за качественное и оперативное решение вопроса с публикацией. Публикация в RELGA – это известия и информация на весь мир! Благодаря Вашей газете о школе хутора Юшкина, например, узнали в Аргентине и США, на Кубе и в Анголе, во Франции и в Испании, даже на Мадагаскаре. Там у меня есть люди, выпускники школы, которые мне сообщили об этом. Это абсолютно достоверная информация. Вот такова значимость журнала, который выходит уже в 250-й раз. С юбилеем Вас, уважаемый Александр Иванович, и ваше замечательное издание. Да продлятся Ваши годы! Если можно, пожалуйста последние предложения моим отзывом об издании. Ваш А.Щ.

Из Ростова-на-Дону. Здоровья, удачи, неиссякаемой энергии в жизни и делах. Ваша Релга, бесспорно стала центром совести, чести, свободомыслия. Благо-

даря Интернету, географические различия между метрополией и провинцией утратили смысл, паразитируя только на мозгах столичных снобов. Спасибо, что Вы есть. Быть Вашим автором – высокая честь. Ещё раз – здоровья Вам и сохранения редкого дара соизмерять время с ритмом сердца, а не с произволом кремлёвских курантов. Ваш ВР.

Из Краснодара. Желаю здоровья и сил – много. В такой памятный день надо быть великодушным. И простить времени его текучесть, почувствовать, как оно прибывает – не уходит, а преобразуется. Чаша полна, а оно становится лучшим, более качественным и насыщенным, нежели те годы, когда были мы «дети», «молодежь», «люди среднего возраста»... Теперь уже не «среднего». Но может быть, это хорошо, ведь возраст не понижается: за средним должно следовать что-то высшее. После захода солнца посчитайте звезды над головой, хотя бы самые крупные. Чем больше, тем лучше. Жизнь-то, слава Богу, продолжается... Е.Т.

Из Тольятти. Поздравляю с юбилейным выпуском! От всего сердца желаю Вам здоровья, сил, надежд, свершений! Как и прежде, оставаться неугомонным, беспокойным, настойчивым в поисках сути (и в пути, и в сердечной смуте, как говаривал Пастернак)! Мира и благоденствия всем вашим! С благодарностью за все совместные дела, дни и годы. Ваш С.М.

Из Москвы. Сердечно поздравляю Вас! Желаю здоровья, творческих идей и сил для их реализации! Надеюсь, Релга отметит еще не один юбилей! А я обещаю помогать! С уважением и огромной благодарностью за всё, ваша ученица – Э.М.

Из Ростова-на-Дону. В связи с выходом юбилейного 250-го номера электронного журнала «РЭЛГА» от души поздравляю редакцию и, прежде всего, его создателя и неизменного редактора А.И. Аكوпова. Журнал, безусловно, пользуется заслуженным вниманием как пишущих, так и читающих. На его страницах всегда находится место и для маститых авторов, и для пробующих свои силы в научно-публицистической сфере. Здесь всегда найдёшь имена авторов – известных учёных – историков, экономистов, филологов... А также имена тех, кто по натуре не является профессиональным исследователем, но предлагает интересные темы. Особенно хотелось подчеркнуть такой важный для периодики элемент, как обратная связь с читателем – значительная часть из них не только просто читает материалы, но и пишет отклики, задает вопросы – как самой редакции, так и непосредственно авторам. В качестве примера могу привести примеры с публикацией моих материалов.

Для меня журнал сыграл, без преувеличения, судьбоносную роль. Именно благодаря ему мои скромные материалы по историческому краеведению получили широкую известность и многочисленные отклики не только из разных уголков нашей страны, но и из стран ближнего и дальнего зарубежья. Оказалось, «РЭЛГУ» читают и на Дальнем Востоке, и в Сибири, и в Поволжье, и в Украине, и в Германии... Некоторые из этих читателей, как, например, А. Щеглов, А. Шадрин, А. Шеффнер и др., предложили свои

материалы, заинтересованно встреченные редакцией журнала.

Из Германии одним из первых на материалы в «РЭЛГЕ» отозвался А. Бехтольд, сообщивший, что публикация материалов по истории немецких колоний в Приазовье представляет несомненный интерес для «русских немцев», вернувшихся на историческую родину, и скопировал эти материалы на свой сайт для распространения в Германии. Другой читатель из Мюнхена А. Шеффнер весьма эмоционально пишет, что в Германии очень многие придают этим публикациям огромное значение. Известный писатель и публицист В. Дизендорф сообщил мне, что при работе над своим «Энциклопедическим словарем немецких поселений в России» также пользовался публикациями в «РЭЛГЕ». Многие читатели, обращаясь через «РЭЛГУ» ко мне, не только хотят получить дополнительные сведения по тем или иным селениям, но нередко, как, например, кн. Дм. Шаховской, А. Щеглов, Д. Матерновский, А. Шеффнер, Н. Долгов и др., сообщают любопытные факты или делают те или иные уточнения, которые автор встретил с благодарностью и частично использовал при подготовке к изданию книг «Сёла Приазовья» и «Расставанье с крепостным правом в Приазовье»...

«RELGA» – несомненно, яркое явление в сфере электронных СМИ нашего времени. Долгих, долгих лет жизни ему!

Автор и читатель журнала – В.Л.

Из Воронежа. Поздравляю с релговским юбилеем!

Желаю всем тем, кто участвовал и продолжает участвовать в реализации этого замечательного медиа-проекта, здоровья, терпения, новых идей!

Релга – еще одна социальная сеть (достаточно познакомиться со списком авторов, чтобы убедиться в реальности данного утверждения), которая объединяет людей науки и культуры, живущих в разных уголках мира. Обнимаю!

Ваш В.В.Т.

А что касается перспективы, то тут трудно что-либо прогнозировать. С одной стороны, мы имеем пока ещё непрекращающийся поток материалов от авторов – и постоянных, и новых, что радует. Плюс рост географии и посещаемости сайта и благодарности, иногда высказываемые. С другой – постоянные препятствия, игнорирование со стороны официальных лиц и организаций, отсутствие или крайне малое число откликов на выступления, а главное – печальная уверенность в том, что наши публикации ничего не изменили в окружающей жизни.

Однако нам представляется, что издание всё же приносит определенную пользу людям, о чём мы, вследствие скромности, распространяться не будем. Поэтому продолжим, как Бог даст...

В заключение поздравляю всех авторов и читателей журнала RELGA, а также своих коллег – членов редакции и редколлегии. Персонально никого не хочу обидеть, но всё же отмечу журналиста и писателя Александра Викторовича Хавчина из Мюнхена, писателя и ученого, заведующего отделом редакции, автора и переводчика многих, специально для Релги (!)

выполненных работ, Евгения Смотрицкого из Кайзерслаутерна, литератора Светлану Лось из Торонто, журналиста, ученого и члена редакционной коллегии Владимира Васильевича Тулупова из Воронежа, журналиста Сергея Георгиевича Мельника из Тольятти, капитана первого ранга, ответственного работника Министерства промышленности Российской Федерации неумолимого Шеглова Александра Федоровича из Москвы, авторов и заведующих отделами редакции журналистов Виктора Валентиновича Борзенко и Эльвиру Владимировну Могилевскую из Москвы и, конечно, ростовчан – писателей Олега Львовича Афанасьева и Олега Алексеевича Лукьянченко, поэтов Валерия Рыльцова и Инну Манафову, публицистов Наталью Ивановну Боровскую и Наталью Львовну Смирнову и многих других авторов – умных, талантливых, небезразличных к тому, что происходит в науке и культуре, в обществе и быту, в стране и в мире!

Отдельное большое спасибо моему заместителю Алексею Гарматину, сохраняющему верность изданию с момента его создания...

Всем огромная благодарность и самые лучшие пожелания!

А еще пришла мне мысль дать читателям перечень публикаций активных авторов с тем, чтобы желающие могли познакомиться с их творчеством и вызвать через ссылку нужные публикации. Возник вопрос: по какому критерию выбирать? Конечно, был соблазн выбирать по значимости публикаций – признаку, безусловно, весьма субъективному. Понятно, что не количество определяет значимость сочинений. Ведь даже одна публикация может стать чрезвычайно актуальной, иметь значимые последствия, и мы имеем такие примеры. Или другой соблазн – представить автора – вип-персону: если это космонавт или академик РАН, или премьер страны – может, неважно, что выступления могли быть эпизодическими? С другой стороны, а что тогда всё-таки выбрать, надо ведь, чтобы и люди не обиделись? Значит, критерий всё же нужен. И тогда я пришел к выводу применить всё же число публикаций, ведь это означает активность автора, присутствие его в большем количестве выпусков. Итак, впервые представляем перечень авторских публикаций в этом же номере, в разделе «Творчество».

В итоге в перечне оказались авторы, опубликовавшие в журнале 12 и более материалов. На том и остановимся.

До следующих встреч!

Relga.ru, №12 [250] 15.08.2012.

Из досье

Тематические разделы RELGA:

Вне рубрики – актуальные новости, статьи и сообщения редактора в связи с изданием, информация об изменениях по журналу и сайту, обращения к читателям и авторам, объявления редакции и редколлегии, прочие материалы, выходящие за пределы рубрик.

Культура – теоретические работы по культурологии, литературе, искусству, физической культуре и спорту, другим областям культуры в самом широком понимании термина; интервью с видными деятелями

культуры, статьи, очерки и зарисовки о них, а также о людях, заслуживающих общественного внимания; репортажи о значительных событиях в мире культуры (выставки, конкурсы, гастроли и т.п.; описания деятельности учреждений культуры. Филология, языковедение, право и другие сферы на уровне культурологии, материалы из истории культуры.

Образование – теоретические и практические материалы по проблемам образования всех уровней (от дошкольного до послевузовского) в России и за рубежом; интервью со специалистами и общественными деятелями по вопросам образования; обсуждение образовательной реформы, методик и программ обучения; очерки и зарисовки о деятелях образования в прошлом и настоящем; материалы, документы и публикации по истории образования в России и в мире.

Общество – статьи, материалы, документы и прочие публикации всех жанров по широкому спектру проблем современного общества; социально-психологические проблемы семьи, коллектива и отдельного человека; очерки и зарисовки о людях, представляющих все социальные слои общества; философия, религия, социология и психология общества; описание общественного устройства в зарубежных странах. Теория и практика отношения власти, государства, групп людей и индивидуума. Проблемы межнациональных, межконфессиональных и межличностных отношений.

Естествознание – исследование и проблемы в сфере всех естественных наук – биологии, медицины, этнографии, физиологии человека и животных, физики, химии, геологии и др.; проблемы здоровья, экологии в широком понимании (человек, окружающая среда, флора и фауна); исторические и научно-популярные материалы и публикации. Проблемы сельского хозяйства.

История – публикации всех жанров (от научного исследования до популярных заметок из прошлого) об истории России и мира всех уровней – от истории предприятия, отрасли, страны до воспоминаний и мемуаров отдельных людей. Календарь знаменательных дат – краткие заметки о событиях в регионе, стране и в мире, происшедших в далеком и недалеком прошлом в эти дни. Проблемы и дискуссии при ретроспективном взгляде на исторические события.

Наука и техника – наиболее фундаментальные научные исследования во всех сферах знания, статьи и сообщения о проблемах, открытиях и изобретениях в области всех отраслей техники и производства – капитального строительства, машиностроения, добычи полезных ископаемых, военной техники, химического производства, транспорта и т. п.

Творчество – публикация произведений художественной литературы, изобразительного искусства, фотографии и других видов творчества.

Коммуникации – теоретические, исторические и практические публикации по всем видам средств массовой информации и коммуникации, проблемы средств, способов и форм связей и контактов между людьми и общественными образованиями; письма и обращения в редакцию; поиск профессиональных и личных контактов.

Редакционная коллегия

Акопов Александр Иванович – главный редактор электронного журнала «RELGA», доктор филологических наук, профессор. (Ростов-на-Дону).

Лукьянченко Олег Алексеевич – писатель, главный редактор литературно-художественного журнала «Ковчег». (Ростов-на-Дону).

Тулупов Владимир Васильевич – декан факультета журналистики Воронежского государственного университета, доктор филологических наук, профессор. (Воронеж).

Редакция

Главный редактор – Акопов Александр Иванович, заведующий кафедрой средств массовых коммуникаций (до 2011), профессор-консультант Южного федерального университета Ростов-на-Дону). Доктор филологических наук, профессор.

E-mail: alivak61@gmail.com.

Заместитель главного редактора – Гарматин Алексей Алексеевич, программный директор Play:media, преподаватель факультета филологии и журналистики ЮФУ, кандидат филологических наук (г. Ростов-на-Дону).

E-mail: garmatin@gmail.com.

Отвечает за дизайн, верстку и функционирование журнала в Сети.

Заведующий отделом культуры – Борзенко Вик-

тор Витальевич, шеф-редактор журнала «Театрал» (г. Москва). Преподаватель отделения журналистики Московского гуманитарного института имени Дашковой (до 2011), кандидат филологических наук.

E-mail: bviktor@inbox.ru.

Заведующий отделом коммуникаций – Тулупов Владимир Васильевич, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета. Доктор филологических наук, профессор (г. Воронеж).

Тел.: (4732) 74-52-71. E-mail: vlvtul@mail.ru.

Заведующий международным отделом – Севидова Наталья Александровна (2004-2008 гг.)

Смотрицкий Евгений Юрьевич (с 2009 г.)

Ответствен за подбор авторов и материалов для отдела, редактирование текстов.

E-mail: smotrytskyu@gmx.de

Заведующий отделом веб-работы – Долгополов Александр Юрьевич, кандидат филологических наук, г. Тольятти. (с 2003 по 2010 гг.)

Могилевская Эльвира Владимировна (с 2011 г.), ст. преподаватель факультета филологии и журналистики ЮФУ, кандидат филологических наук (г. Ростов-на-Дону).

E-mail: emogilevskaya@gmail.com

Отвечает за верстку текущих выпусков журнала в интернет, исполняет обязанности ведущего редактора.



Р. Баканов

Преподавание дисциплины «Медийная критика» в условиях конвергентной журналистики

В середине 2000-х годов на отделении журналистики Казанского университета был введен наш авторский спецкурс «Медийная критика» (4 курс, преподавание осуществляется для студентов, обучающихся по специализации «Периодическая печать» в объеме 36 часов). Перед нами тогда стояли две основные задачи:

1) дать представление начинающим журналистам о таком новом направлении в российской журналистике, как медийная критика;

2) через обучение на примерах творчества ведущих отечественных телевизионных критиков сформировать у студентов навыки самостоятельного непредвзятого анализа медиатекстов.

Акцент в подаче учебного материала был сделан на периодической печати, поскольку на протяжении почти полувековой истории отечественной журналистской критики лучшие ее примеры публиковались именно в печатных СМИ. Наши наблюдения показали, что существующие в то время передачи о телевидении на радиостанциях разговорного формата («Эхе Москвы», «Свободе» и «Русской службе новостей») являлись лишь дополнением к медиакритике в газетах и журналах: гостями передач, как правило, становились сотрудничающие с периодическими изданиями телекритики, которые пересказывали основные тезисы из своих только что опубликованных газетных выступлений. Помимо этого, иные коммуникативные ресурсы, предназначенные для выражения своего мнения (интернет-форумы и блогосфера), в практике медийной критики середины 2000-х годов только начинали осваиваться и использовались крайне редко.

В связи с этим, мы сформулировали ряд требований к уровню подготовки студентов, завершивших изучение дисциплины «Медийная критика». Что требовалось от ребят?

– понимание цели, задачи, предмета, функционального разнообразия, видов медиакритики (академическая, профессиональная («внутрицеховая», корпоративная) и массовая);

– приобретение навыков первоначального самостоятельного корректного анализа медийных произведений как опубликованных в прессе, так и вышедших в телевизионный или радиоэфир;

обладание теоретическими знаниями о понятиях «медийная критика», «саморегулирование журналистского сообщества», «журналистская этика»,

«корпоративная этика», «профессиональный аудит», «этический аудит СМИ», «политический заказ», «выпад конкурирующих СМИ»;

ориентирование в следующих типах медийной критики: рецензирующий, проблемно-постановочный, описательный, комментирующий, «желтый». Иметь представление о функциональных особенностях каждого из них;

приобретение навыков самостоятельной подготовки материалов в жанрах критики – рецензия, реплика, обозрение, зарисовка, портрет, статья, – используя примеры из практики отечественных и (по возможности) зарубежных критиков;

– ориентирование в функциональном, жанровом и стилистическом разнообразии произведений ведущих медийных (телевизионных) критиков России.

В процессе обучения мы решили применить такие методы, как контент-анализ медийных – печатных и электронных – текстов, сравнительно-сопоставительный метод критериев оценки публикаций, которые применяют в своей работе телевизионные критики. Принимая во внимание, что наша дисциплина предназначена для студентов, выбравших специализацию «Периодическая печать», вектор обучения был разработан таким образом, чтобы слушатели не только разбирали чужие произведения, но и упражнялись в подготовке собственных материалов для печатных изданий.

Журналистика преобразуется. Все заметнее в процессе коммуникации становится роль новых информационных технологий. Продолжаются процессы взаимопроникновения, конвергенции всех видов СМИ и объединение их на единой цифровой площадке Интернета. «Журналист будущего должен быть экспериментатором, программистом, мультимедийщиком, сетестроителем, блогером и даже предпринимателем» [1]. По мнению С.К. Шайхитдиновой, «произошедшая в этом контексте девальвация таких общественно значимых сфер деятельности, как журналистика, имела своим результатом приравнивание ее к PR и рекламе – к сервисным службам, ориентированным на групповые потребности. Конвергенция навыков пресс-секретаря и редакционного работника, конвергенция журналистских жанров с функциями «мягкой рекламы», конвергенция общественно-значимой информации с коммерчески выгодной – все это суть обычные практики в современных российских СМИ» [2].

Поэтому, на наш взгляд, в настоящее время все большую актуальность приобретает медийная критика как направление в журналистике. Не дожидаясь, пока новые тенденции в СМИ хотя бы в общих чертах будут осмыслены наукой (на это уйдет не один год), именно журналистской критике под силу охватить вниманием современное состояние масс-медиа. Аналитик СМИ, исследуя многочисленные примеры повседневной редакционной работы, должен быть способным объяснить аудитории, что такое хорошо и что такое плохо в современном журналистском творчестве. Уверены, что честный и объективный критик сейчас сможет найти свою целевую аудиторию. Вопрос о поиске трибуны для изложения своей позиции снят с повестки дня: читателя можно и нужно искать не столько с помощью печатных СМИ, но и в бескрайних просторах сетевых форумов и социальных сетей.

В этой связи, преподавание дисциплины «Медийная критика» в настоящее время требует от нас существенного переосмысления подходов к творческой составляющей курса в целях подготовки качественного специалиста, способного соответствовать вызовам времени. Начать необходимо с понимания трансформации профессиональных ролей медийного критика в обществе. Определим, в чем они заключаются.

И сразу же приходится констатировать: в настоящее время эти роли по сути никем теоретически не осмыслены, а на практике достаточно размыты. О них пока не говорится в печати. Иногда на научно-практических конференциях такой вопрос обсуждается, но с отсутствием конкретики. Пока о профессиональных ролях медийных критиков исследователи данного направления говорят скорее в будущем, чем в настоящем времени. На наш взгляд, так происходит потому, что журналистская критика СМИ – явление недостаточно известное и среди редакционных работников, не говоря уже об аудитории прессы. Есть множество примеров, когда подвергшиеся анализу журналисты-практики публично критиковали своих оппонентов, позволяя себя высказать в их адрес обидные слова. Можно сказать, что медийная критика пока не имеет авторитета даже в профессиональной творческой среде.

Постараемся обозначить наше видение нескольких профессиональных ролей аналитиков СМИ.

Во-первых, медиакритик сегодня может стать своего рода проводником аудитории в мир масс-медиа. Через постоянный мониторинг СМИ, анализ и комментарий происходящих в области журналистики процессов, регулярный анализ публикаций и передач он имеет шанс оказывать опосредованное влияние на аудиторию и своими материалами подсказывать ей, на что стоит обратить внимание, а что можно проигнорировать. Ставка здесь должна быть сделана на качественный анализ, опирающийся на постоянные и конкретно обозначенные критерии оценки медиатекстов.

Во-вторых, медийный критик может стать экспертом, оценивающим творческий потенциал того или иного вида СМИ. Исходя из того, что предметом медиакритики является «актуальное многоаспектное

социальное функционирование средств массовой информации» (А.П. Короченский) [3], медиакритик имеет возможность комплексно изучать практику функционирования СМИ, то есть не только оценивать тексты, но и выявлять причины, в результате которых была опубликована та или иная статья или вышла в эфир конкретная телепередача. Еще одним направлением для исследования должно стать выявление и обсуждение активно применяемых журналистами приемов манипулирования общественным мнением. Таким образом, в поле зрения медийной критики могут находиться: организационно-управленческая, технико-технологическая, финансово-экономическая, правовая, творческая, социальная, морально-этическая, содержательная, функциональная, коммуникативная и некоторые другие аспекты деятельности медийных редакций.

В-третьих, у медийного критика есть возможность стать так называемым общественным адвокатом аудитории, отстаивая ее право на получение объективной, честной информации о событиях в стране и мире. По мнению телекритика «Известий» Ирины Петровской, «настоящий телекритик исходит не из интересов телевизионщиков, но представляет интересы общества. ...Нужно ли потакать низменным вкусам, или, напротив, противостоять им и улучшать вкусы и нравы аудитории? Большинство телевизионщиков полагают, что следует потакать, потому что такова аудитория, таковы люди, и средствами телевидения их не переделать. Но ужас заключается в том, что телевидение может сделать людей хуже, чем они есть на самом деле, снизить планку до такой степени, что человек уже будет не в состоянии отличить, что такое хорошо и что такое плохо» [4]. Обозреватель «Известий» сосредоточил внимание на роли телекритика, но, по нашему мнению, вышеприведенное утверждение актуально и для тех авторов, кто анализирует печатные и радиовыступления.

Следующая роль медийного критика – следствие сближения навыков аналитика СМИ и пресс-секретаря. Мы говорим о тенденции, наметившейся во второй половине 2000-х годов: некоторые из телевизионных обозревателей массовых федеральных изданий (например, «Комсомольской правды» или «Московского комсомольца») стали брать на себя право не только анализировать телепередачи, сколько работать над увеличением их аудитории. Известны случаи, когда пресса работала на «продвижение» той или иной программы развлекательного формата или фильма. Речь шла только об их положительных сторонах с обязательным акцентом на принимающих в них участие известных людей, драматургических приемах, способных привлечь внимание зрителей. Иными словами, вместо более или менее объективного исследования телевизионных передач, читателям предлагается их «мягкая» реклама.

Другим примером конвергенции навыков медиакритика и пресс-секретаря в настоящее время может стать использование журналистской критики СМИ в качестве инструмента в информационных войнах между конкурирующими редакциями. Ставки высо-

ки: финансовые поступления от рекламы пропорциональны рейтинговому показателю. Поэтому где гарантия, что редакторский состав некоторых изданий откажется от соблазна помочь, скажем, телекомпания, входящей в единый с данной газетой медиахолдинг? Журналистика сегодня – скорее бизнес, чем объективное информирование аудитории. Значит, медиакритика может стать способом ведения конфликтов между конкурирующими медиа, привлекая или отнимая у них рекламоделителей, деньги и аудиторию.

Студент, изучающий дисциплину «Медийная критика», должен осознавать все четыре профессиональные роли автора, решившего посвятить себя анализу происходящих в журналистике процессов. В этой связи также важно, чтобы ребята задумались над тем, каковы границы допустимого в медиакритике, где заканчивается объективность и начинается отработка так называемого негласного партнерского соглашения между редакциями о взаимной поддержке. Увы, качественный анализ сегодня все чаще вступает в конфликт с корпоративными бизнес-интересами.

Следующим важным блоком в преподавании курса нам представляется знакомство студентов с факторами, влияющими на деятельность современного медийного критика. Данный род деятельности – занятие публичное. Критик более подвержен влиянию социальной среды, а также вынужден учитывать формат издания, с которым сотрудничает.

Итак, на наш взгляд, всего можно выявить и рассмотреть около полутора десятков факторов, которые мы классифицировали по четырем группам: профессионально-личностные, творческие, конъюнктурно-этические и социально-общественные. Вкратце проанализируем каждую из них.

Группа профессионально-личностных факторов. Мы считаем, что в данную группу можно включить следующие факторы, напрямую связанные с профессиональными качествами творческой личности. Это факторы: авторского целеполагания; уровня образованности критика; степени развития его профессионального мастерства; желания автора сделать качественный анализ произведения; авторских представлений о назначении критики как вида деятельности, а также фактор публичного выступления.

Фактор авторского целеполагания. Любая деятельность начинается с планирования работы и определения ее цели. Чем конкретнее она получится, тем лучше критик будет представлять себе, для чего он садится писать текст, какую информацию человек хочет донести до аудитории и почему это актуально и/или важно на данный момент. Необходимым также является анализ эффектов, которые может вызвать у аудитории та или иная передача.

Фактор уровня образованности критика проявляется, на наш взгляд, в качестве умения автора доказывать свою точку зрения. Как правило, выступления критиков отличаются эмоциональностью и полемичностью суждений, а также многочисленными сравнениями, обращениями к содержанию других, ранее вышедших в эфир, передач. Словом, если критик хочет создать медиатекст, который будет удо-

бен для восприятия аудитории, он должен обладать познаниями из разных областей. Например, очень важно уметь делать корректный анализ, ни в коем случае не обижать критикуемых, знать приемы воздействия информации на человека, принципы деятельности редакций всех видов СМИ. Важно также быть «в теме»: уметь сопоставлять информацию, выявлять тенденции развития современного информационного рынка, интересоваться слагаемыми медиабизнеса и определять его доминанты, а также иметь представление о теории критики.

Поэтому внимательный, вдумчивый аналитик не может получиться в одночасье. Вряд ли им станешь, что называется, по диплому, закончив филологический или журналистский факультет. Сам по себе уровень образования еще не гарантирует успеха у читателя. Без практики, которая порой лучше любой теории позволяет узнать степень ожиданий аудитории, успеха у нее не добиться.

Фактор степени развития профессионального мастерства критика. Медийный аналитик не должен ставить перед собой утопических идей. Например, вряд ли после его выступления работники телевидения станут качественнее делать свои сюжеты или передачи, а общественность станет значительно просвещеннее в проблемах манипулирования общественным сознанием со стороны масс-медиа. Наоборот, опытный медиакритик всегда постарается найти такие слова для аудитории, чтобы каждому читателю стала понятна проблема, о которой он (автор) ведет речь. На наш взгляд, профессиональное мастерство журналистского критика заключается именно в выборе коммуникативных стратегий, с помощью которых он постарается донести до адресата свои мысли. Опытный автор способен понять, что одними лозунгами и/или бездоказательными суждениями общественного интереса к обсуждаемой проблеме не вызовешь, необходимо общаться с аудиторией, постепенно сообщать ей различные факты и при этом аргументировать каждую точку зрения. Необходимо не только просвещать аудиторию, но и побуждать ее к диалогу о современных проблемах и тенденциях развития средств массовой информации. Критик должен заслужить доверие читателей.

Фактор авторских представлений о назначении критики как вида деятельности тесным образом связан с уровнем образования человека. Здесь ему необходимо иметь знания о назначении критики, понимать объект и предмет медиакритики, виды ее аудитории. Данная форма творческой деятельности предусматривает не простую констатацию, что та или иная телепередача не понравилась автору, а исследовательскую работу, которую нельзя выполнить за один – два часа. Тому, кто берется за нее, придется предварительно изучить огромный эмпирический материал, чтобы определенным образом использовать кое-какие факты в своих выступлениях. Критик – это «внимательный зритель или читатель», выявляющий в произведении не только плохое, но и хорошее, стремиться понять замысел творческой группы. Он должен быть справедливым и всегда аргументированным.

Фактор публичного выступления. Медийная критика проявляется через авторские выступления, распространённые посредством средств массовой информации. Таким образом, любое выступление становится публичным фактом и может быть доступно всем, кто захочет обратиться к конкретному СМИ, на страницах которого работа опубликована. В связи с этим, от медийного аналитика требуется не только осознание того, что он добровольно представляет редакции газеты или журнала право на тиражирование своей точки зрения, но и умение не бояться публично выражать свои мысли по поводу той или иной телепередачи или тенденций развития современного ТВ. При этом автор публикации должен отвечать за каждое напечатанное слово, уметь аргументировать свои мысли и быть готовым к ответу оппонента. Словом, если автор публикует свое выступление, он принимает на себя обязательство стать открытым для критики в свой адрес.

Группа творческих факторов. Мы считаем, что на процесс деятельности медийного критика влияют несколько факторов, непосредственным образом связанных с его творчеством. Выявим их.

Фактор вида критики (академическая, профессиональная, массовая или корпоративная). Каждый из них предъявляет свои требования или «правила игры», которые автор должен соблюдать. Причем учитывать их необходимо только в совокупности, а не по отдельности.

Фактор типа критики (проблемно-постановочный, комментирующий, рецензирующий, описательный, «желтый» и анонсирующий). Каждый из них обладает собственными типологическими характеристиками, в рамках которых автор может выбрать одну из нескольких коммуникативных стратегий проведения анализа медийного произведения. В этой связи человек ограничен рамками той модели (стратегии) проведения анализа, которая, на его взгляд, станет наиболее эффективной для донесения информации до читателя.

Фактор жанра творческого произведения. В практике журналистики исторически сложились и выделены следующие жанры критики: рецензия, обозрение, творческий портрет, статья, колонка (данный жанр отдельно выделяет А.А. Тертычный), зарисовка и реплика. В данном случае автор публикации каждый раз принимает на себя и соблюдает характеристики одного из перечисленных жанров.

Фактор учета потенциальной аудитории медиатекста. Выбирая издание для публикации своего выступления, критик обязан учитывать и особенности его целевой аудитории: уровень образования, жизненные ценности, приоритеты, язык, а также некоторые психологические особенности. Только при соблюдении данного условия можно сформировать коммуникативную среду между критиком и его читателем и, тем самым, надеяться на адекватное восприятие содержащейся в тексте информации. Не стоит перегружать аудиторию нравочениями и назидательной интонацией.

Фактор функциональной доминанты выступления. Каждый материал, посвященный анализу деятельно-

сти СМИ, содержит в себе несколько функций. Мы будем рассматривать функции медиакритики подробно в одной из лекций настоящего учебного пособия, здесь ограничимся только их перечислением: информационно-коммуникативная, познавательная, оценочная, регулятивная, социально-организаторская, коррекционная, рекреативная и коммерческо-промоционная. Каждая публикация, содержащая медиакритику, имеет несколько функций, одна из которых является доминирующей. Как правило, она тесно связана с целью авторского выступления. В зависимости от поставленной цели, критик выбирает такую фактуру и методы убеждения читателей, которые бы позволили ему ее достичь.

Фактор содержания анализируемого произведения, на наш взгляд, также следует учитывать при разговоре о качестве работы медийного критика. Ведь он в своих суждениях опирается не только на сюжет телепередачи (публикации), но рассматривает обсуждаемые проблемы и тенденции функционирования масс-медиа в контексте их актуальности с позиций современных реалий. Регулярно знакомясь с выступлениями телекритиков в газетах РФ, можно сказать, что в поле их зрения, как правило, попадают передачи, вызвавшие определенный общественный резонанс. Задача исследователя в данном случае – публично сделать свое, экспертное, заключение на предмет соответствия / не соответствия медиапродукта ожиданиям аудитории. Чем содержательнее передача, тем больше возможностей для ее всестороннего анализа.

Таким образом, на медийного аналитика в процессе творческой деятельности влияют и факторы, связанные с его будущей публикацией. При этом все они проявляются в совокупности еще на стадии авторского замысла материала. Как нам представляется, каждый из жанров, видов, типов и функций медийной критики предполагает набор определенных коммуникативных стратегий и характеристик, без учета которых журналист не напишет качественное выступление.

К группе конъюнктурно-этических факторов мы относим аспекты, не связанные с индивидуальными представлениями творческой личности о назначении критики как таковой и с уровнем познаний в данной области деятельности. На авансцену здесь выходит такой коллективный «игрок», как журналистское сообщество. Именно оно решает: считать ли медийного критика журналистом, а не изгоем, можно ли ему доверять или лучше игнорировать все его выступления. Часто сообщество самостоятельно устанавливает правила «игры» и решает, соблюдает их тот или иной автор или нет.

В эту группу мы включили следующие факторы.

Фактор принадлежности конкретного СМИ к учреждению. Аргументировано ли медиакритик подходит к анализу каждой тенденции современной журналистики или ограничивается только субъективным мнением на уровне «нравится / не нравится» конкретная телепередача или текст, решать, нужен ли этот человек редакции будет главный редактор. В свою очередь, он регулярно совещается с учредителем или владельцем СМИ на предмет корректировки информационной и редакци-

онной политики, специфики освещения той или иной темы в данном издании. Соответственно, редактор должен доказать ему необходимость существования постоянно специализированной рубрики, ведущий которой производит специфическую информацию: привлекая внимание читателей-телезрителей к проблемам современных медиа, он побуждает их к размышлению о качестве получаемых с помощью СМИ сведений и раскрывает приемы манипулирования общественным сознанием. Если у учредителя или владельца редакции данное направление не вызовет интереса, или в рубрике будет опубликована точка зрения, не совпадающая с их мнением, возможно, медийному аналитику придется искать новое место работы.

Фактор отношения коллег по редакции к деятельности критика. Мы имеем в виду этическую проблему адекватности восприятия такого рода деятельности со стороны журналистов-практиков. В силу того, что открыто критиковать коллег по редакции в профессиональном сообществе не принято, предложения и замечания в свой адрес медийный аналитик может получить в неформальной обстановке, в разговорах с глазу на глаз. Эти советы могут в некоторой степени повлиять на мировоззрение критика, заставив его проанализировать работу, ее необходимость в современной ситуации, задуматься об актуальности и полезности своего труда. Конечно, размышления начнутся не сразу, но если редакционный коллектив будет психологически воздействовать на критика, он, являясь для них «белой вороной», может не только скорректировать имеющиеся у него представления о важности критической деятельности, но и перестать ею заниматься.

Фактор уровня реакции профессионального сообщества на творчество медийного критика. Речь идет о возможном противостоянии медиааналитиков с журналистским сообществом. В зависимости от понимания задач данного вида деятельности, коллеги могут и не считать их за журналистов. Кому приятно, когда тебя критикуют? Как правило, мало кто соглашается с аргументацией критиков. Хорошо, если оппонирование происходит не публично, так сказать, без выноса «сора из медийной избы». Но время от времени некоторые практики осуждают аналитиков с газетно-журнальных страниц. Как правило, это ведущие популярных передач или руководители телекомпаний. Их выступления обычно сводятся к проблеме, о которой говорится не открыто, а в подтексте: «Кто они такие, чтобы нас критиковать? Проекты, которые эти люди пытались делать на ТВ, были закрыты из-за низких рейтингов. Есть ли у вас, господа, моральное право рассуждать о том, что и как надо нам делать? Не учите нас, мы сами знаем, каким должно быть телевидение!».

Последняя группа факторов, влияющих на автора аналитических публикаций о практике функционирования масс-медиа, названа нами **социально-общественной**. Мы полагаем, что сюда можно включить две составляющие: фактор востребованности критики в обществе, так называемого «социального заказа» на нее и фактор соответствия медиакритики тенденциям, а также моде времени.

Фактор востребованности критики в обществе. Медийная критика воздействует на общество не только методом анализа текстов СМИ, но и путем предоставления населению всесторонней информации о современных тенденциях, характерных для деятельности современных масс-медиа, сравнения медиапродукции между собой, аргументированного представления каждой точки зрения автора. Но при этом все старания обозревателя могут стать напрасными, если у его аудитории нет привычки восприятия критических публикаций, отсутствует желание читать сложные тексты, и, тем самым, «забивать голову» ненужной информацией. Значительную роль при этом играет уровень полученного в семье и школе воспитания, а также круг общения человека. Навыки уметь критиковать и адекватно реагировать на критические пассажи в свой адрес формируются годами.

Готово ли сегодня российское общество воспринимать медиакритику как явление? На наш взгляд, скорее нет, чем да. Причиной тому является отсутствие знаний у большинства граждан о данной форме деятельности и ее цели и задачах. Сначала о журналистской критике надо рассказать коллегам, чтобы многие из них перестали воспринимать ее, как одну из форм нарушения корпоративной этики. Сообщество должно активизировать процесс, постепенно отвыкнуть принимать медийного обозревателя за неудачника (типичное выражение «Раз он больше ничего не умеет, значит – творческий ноль»). Только тогда можно будет привлечь внимание общественности к медиакритике.

С указанной проблемой связан и *фактор соответствия медиакритики тенденциям, а также моде времени*. Это направление в журналистике приносит деньги владельцу издания только тогда, когда берет на себя задачу «продвинуть» какую-нибудь телепередачу на аудиторию, постараться повысить зрительское внимание к ней. Как правило, в таких случаях редакция и телекомпания заключают между собой договор на информационное сопровождение конкретного проекта. Но может ли публикация, в которой идет речь, скажем, о сравнении образов мужчин – героев конкретного сериала, называться критической, если имидж каждого из них характеризуется положительно или нейтрально? У такого текста одна задача – привлечь как можно больше реальной аудитории, и, соответственно, дать каналу заработать денег на рекламе.

Таким образом, студент, знакомящийся с медийной критикой как направлением в журналистике, прежде чем пробовать себя в самостоятельной подготовке текстов с оценкой журналистских материалов, должен получить представление о роли медиакритика в обществе и всех факторах, влияющих на его деятельность. Мы считаем, что это полезно с точки зрения дальнейшего, более углубленного, изучения условий, в которых придется работать будущему журналисту. Рассматривая каждый фактор, обдумывая его, студент, возможно, задумается и определит, какими профессиональными качествами ему необходимо обладать, чтобы в имеющихся редакционных условиях чувствовать себя уверенно.

Только после этого, на наш взгляд, можно переходить к творческой работе. С первого года преподавания дисциплины мы старались ориентировать студентов, во-первых, на постоянный мониторинг и контент-анализ высокорейтинговых федеральных и республиканских СМИ и, во-вторых, на постепенное овладение некоторыми жанрами критики (рецензия, портрет, обозрение, комментарий, статья, зарисовка). Обязательным условием является подготовка выступления, содержащих анализ телевизионных или радиопередач, либо публикаций в печатных изданиях. Каждый студент имеет возможность обсудить свою работу в группе, проконсультироваться с преподавателем на предмет улучшения ее качества и, по возможности, предложить материал к публикации в какой-либо газете или журнале. К сожалению, несмотря на бонусные баллы, присуждаемые студенту за размещение текста в прессе, за те несколько лет, что медиакритика преподается на отделении журналистики Казанского университета, таких примеров пока не было. Некоторые из творческих работ доводятся до уровня публикации, но, как правило, так происходит спустя месяц-другой после трансляции передачи. Будут ли в редакциях сотрудничать с таким «оперативным» студентом? Вопрос риторический.

Современные реалии таковы, что любому автору приходится работать в условиях цейтнота. Ни один редактор не станет ждать, пока критика посетит вдохновение, и он, наконец, напишет текст. Помещать такой материал на газетно-журнальную полосу рискованно: вспомнит ли читатель передачу, о которой идет речь? Ежедневно на человека воздействует огромный поток информации, поставляемый различными видами СМИ, поэтому очень трудно удержать в памяти сведения, если в них не содержится полезных индивиду данных. В этой связи мы предполагаем, что сегодня медиакритику необходимо учиться писать под «формат» того или иного издания. Например, проводимый нами контент-анализ федеральных печатных СМИ позволяет сделать вывод, что в ежедневных газетах вряд ли будут уместны объемные материалы, подготовленные в таких жанрах, как рецензия, обозрение, творческий портрет, статья. Их там практически нет. Действительно, выступления в указанных жанрах требуют тщательной проработки темы, логики повествования, анализа фактов и явлений, возможно, исторических сравнений. Времени на подготовку такого текста уйдет достаточно. А между тем ежедневное СМИ – это оперативная информация о событиях минувшего дня.

Думается, что в настоящее время критик, прежде чем начать писать, должен уяснить для себя не только о какой конкретно телевизионной передаче (явлении, тенденции в области ТВ или масс-медиа вообще) он хочет подготовить выступление, но и определиться: для какого именно СМИ – качественного или массового – будет его текст предназначен? Одно дело, скажем, сотрудничать с «Комсомольской правдой», другое – с «Коммерсантом». Во втором случае ответственность за фактуру, корректность размышлений и выводов будет выше.

Поэтому мы считаем, что сейчас нужно предъявить повышенные требования к студентам в плане систематического их ознакомления с периодической печатью. Ребята должны читать наиболее рейтинговые федеральные и республиканские газеты и журналы, слушать радио, смотреть разные телеканалы, знать, какие существуют online-издания. Регулярно читая публикации того или иного СМИ, студенты изучают принятый в редакции стиль повествования. Допустим, они узнают, что формат «Комсомолки» и «Московского комсомольца» – короткие тексты, написанные близким к разговорному языком. У «Коммерсанта», как правило, информационные заголовки. Есть газеты (например, «Жизнь», «Твой день», «Желтая газета» и некоторые другие), использующие провокативные заголовки, смысл которых может не отражать сути текста. По нашему мнению, в настоящее время распределение материалов оценкой медиатекстов может иметь следующую «схему»:

а) ежедневные газеты – короткие, оперативные выступления, сделанные по «горячим» следам после выхода публикации в свет или трансляции одной телепередачи. Жанры критики: реплика, зарисовка, комментарий.

б) еженедельные газеты – развернутые материалы, содержащие анализ как передач или выступлений в печатных СМИ, вышедших в эфир / опубликованных в течение недели, а также тенденций в области масс-медиа. Жанры критики: обозрение, творческий портрет, рецензия, аналитическая корреспонденция, комментарий.

в) журналы – выступления, детально анализирующие как «повестку дня» СМИ, так и современное состояние и качество российской журналистики вообще. Жанры критики: рецензия, обозрение, статья, творческий портрет.

Свою задачу мы видим, прежде всего, в том, чтобы обучить студента технологии корректной оперативной оценки медийного текста. Сейчас важно не подстраиваться под периодичность того или иного издания, а представить аудитории собственные впечатления от произведения в день, а то и во время трансляции передачи. Значит, авторам придется писать кратко, сделав акцент на эмоции. Отсюда следует, что в настоящее время меняется принцип деятельности критика: он должен выйти к публике, вступив с ней в диалог о качестве того или иного текста. То есть, монолог критика как форма коммуникации, проявляющаяся в виде его газетно-журнальных выступлений, должен быть заменен на *диалог*. Диалог человека-критика с человеком-потребителем медиатекста, происходящий в реальном времени.

Следовательно, медийному критику необходимо осваивать новые коммуникативные площадки для осуществления диалога с аудиторией СМИ. В 2000-х годах альтернативу публикациям в печати, во-первых, составили тематические Интернет-форумы. Наиболее известным из них в настоящее время является проект www.telekritik.ru. Каждая его «ветка» предназначена для обсуждения проблем какой-либо одной федеральной телекомпании. Что мешает критику, который

смотрит ТВ-передачу, по ходу ее трансляции делиться впечатлениями от увиденного, оставляя короткие записи на форуме, публикуя свои посты, у критика есть возможность ознакомиться с мнением других людей, сравнить их аргументы со своими, возможно, скорректировать свое видение той или иной проблемы.

Во-вторых, некоторые из современных телекритиков (Ю. Богомолов, С. Варшавчик, К. Ковалев-Случевский) ведут собственные электронные дневники – блоги. Это возможность оперативно анализировать тенденции в области масс-медиа и не испытывать ограничений в объеме. Главное требование к текстам – актуальность освещаемой темы. Также как и форум, сетевой дневник предоставляет право обсуждать медиатексты в формате «здесь и сейчас» с той лишь разницей, что ведущий блога является и его модератором. Блогосфера позволяет каждому человеку найти единомышленников и, соответственно, свою целевую аудиторию.

Итак, как нам представляется, для того, чтобы заявить о себе, критику сегодня необходимо осваивать различные коммуникативные площадки. Сетевые ресурсы могут стать, образно говоря, стартовым полигоном будущего журналиста в творческую деятельность. Именно здесь необходимо оттачивать «перо», конкретизировать мысли, овладевать техникой корректного анализа медийных текстов. Пусть первые материалы изучающих медийную критику студентов будут размещены в Интернете: в данном случае важно не столько их качество, сколько факт публикации ребятами своих выступлений. Для освоения жанров критики подойдут и специально созданные тематические группы в социальных сетях. На публикацию своего материала в печатном издании, на наш взгляд, стоит рассчитывать только после заявления о себе как сформировавшемся медиакритике в Интернете.

В этой связи уже в начале обучения мы рекомендуем каждому студенту завести свой блог, содержание которого наполнять учебными материалами с оценкой медийных текстов. Публикация нового материала в первые два месяца – не реже одного раза в две недели, в конце обучения – один раз в семь дней. Это довольно напряженный график работы, требующий от учащегося полного погружения в предмет. На занятиях он изучает теорию: задачи, функции, виды, жанры медиакритики, знакомится с особенностями творческого почерка ведущих телекритиков федеральных СМИ, а вне аудитории старается постичь услышанное на практике. В течение семестра каждому студенту необходимо:

1. Подготовить материалы как минимум в четырех жанрах критики (на выбор). Выступления должны быть подготовлены по правилам, предъявляемым к рукописям при их сдаче в редакцию.

2. Выработать свои критерии конструктивного анализа медиатекста. При этом очень важно самостоятельно изучать колонки телекритиков, которые они публикуют в печатных СМИ. Студент может перенять используемые ими критерии оценки произведений, а также дополнить их своими соображениями.

Использование в своей деятельности электронных коммуникативных площадок требует и иного

подхода со стороны преподавателя и студента в вопросе организации труда. Прежде всего, стоит обратить внимание на изменения их профессиональных ролей. Преподаватель в данных условиях становится не просто транслятором знаний из учебника или монографии в аудиторию. Примерно после полутора месяцев теоретического накопления студентами необходимых для самостоятельной работы сведений, преподавателю можно «переквалифицироваться» в «играющего тренера», который вовлечен в творческую деятельность своих учеников: консультирует их по темам и предмету будущих публикаций, уточняет их цель и задачи, совместно с ребятами пытается выработать критерии корректного анализа медийных текстов. Активность каждого студента поощряется в рамках балльно-рейтинговой системы.

Трансформируется и роль учащегося. Теперь в его интересах не только как можно активнее вести себя на семинарских и практических занятиях, но и осваивать предмет во внеаудиторное время. Он может заниматься в удобное для него время, выбирать медиатекст для анализа по своему желанию и интересу. Соответственно, период освоения дисциплины (один семестр) для студента в настоящих условиях делится на несколько циклов по времени подготовки и публикации своего материала. Не считая первого, теоретического, цикла обучения, каждый из них характеризуется временем освоения студентом одного из жанров критики. Таким образом, для выполнения учебного плана ему необходимо преодолеть как минимум четыре творческих цикла по подготовке, скажем, реплики, комментария, рецензии и обозрения. На экзамене по дисциплине проверяются и теоретические знания, и практические навыки анализа медиатекстов.

Помимо трансформации профессиональных ролей, перевод обучения на электронные коммуникативные площадки требует новых подходов и к организации труда преподавателя и студента. Главным ресурсом становится время: его понадобится как можно больше, ведь принцип «погружения» в предмет предполагает повседневную работу, а не только встречу в формате одного занятия в неделю. Следовательно, увеличивается нагрузка на учителя и ученика. Так, преподаватель в течение всего курса обязан:

- обеспечить каждого студента необходимой основной учебной литературой и источниками для анализа;

- своевременно готовить для студентов учебные домашние задания, следить за временем их выполнения;

- проверять домашние задания студентов;

- заносить результаты успеваемости на специально созданную электронную доску успеваемости (при наличии возможности использования определенного сетевого ресурса);

- быть всегда на связи, оперативно консультировать каждого студента по их первой просьбе.

Нагрузка студента будет складываться из следующих компонентов:

- посещение занятий по дисциплине;

- ознакомление с творчеством ведущих телевизионных критиков (в аудитории и дома);

– консультации с преподавателем на предмет выбора темы и проблемы для будущих учебных материалов, содержащих оценку медиатекстов (в аудитории);

– подготовка собственных материалов в жанрах критики, включая их редактирование по результатам консультаций с преподавателем (вне аудитории);

– подготовка к семинарским занятиям, промежуточному тестированию и экзамену по дисциплине (в аудитории и дома).

Готовы ли преподаватель и студенты к существенному увеличению нагрузки? Ведь вместо 36 обычных учебных часов им придется провести во Всемирной сети раза в три-четыре больше. Здесь возникают две проблемы. Первая: как правильно распределить свои силы и время, чтобы их хватило на весь семестр обучения медийной критике? Вторая: как сделать так, чтобы от частой работы в рамках электронного проекта у студента не накапливалась психологическая усталость? Данная практика отнимет много времени у других форм деятельности, потребует от учителя и ученика максимальной отдачи и «погружения» в тему. Но, как нам представляется, только таким образом за короткое время (один семестр) можно дать студенту представление о медиакритике.

Итак, объединение всех видов СМИ на единой электронной платформе Интернета (конвергенция медиа) требует существенного пересмотра преподавания профессиональных дисциплин студентам-журналистам. Дисциплина «Медийная критика» не может остаться в стороне от этой необходимости. В настоящей статье мы представили свое видение новых подходов к обучению студентов корректной оценке и анализу медийных текстов. Эти подходы следующие:

Постоянное изучение студентами сведений из различных областей медиадетальности (этика, экономика, менеджмент, маркетинг СМИ, право СМИ, техника и технология СМИ и другие направления). Углубленное знакомство учащихся с правилами подготовки информации для каждого из видов СМИ вне зависимости от специализации, к которой он приписан.

Выявление и анализ новых профессиональных ролей медийного критика в современном обществе.

Характеристика факторов, влияющих на его деятельность (профессионально-личностные, творческие, конъюнктурно-этические и социально-общественные).

Пересмотр творческой активности критика в сторону повышения оперативности его выступлений: перенос внимания с печатных СМИ (график публикации в среднем один раз в неделю) на специализированные Интернет-форумы, блоги, а также группы в социальных сетях с возможностью оценки, например, телепередач уже во время их трансляции в эфире.

Уменьшение объема выступлений в пользу так называемых оперативных жанров критики: реплики, мини-рецензии, комментарии, зарисовки проблемного и тематического обзоров.

Повышение диалоговой составляющей выступлений медийных критиков по отношению к своей аудитории вместо более распространенного сейчас по выступлениям в печати монологичной.

Изменение ролей преподавателя и студента в рамках курса «Медийная критика».

Трансформация принципа обучения дисциплине: вместо двух аудиторных часов в неделю преподавателю и студенту необходимо работать и в свободное от занятий время, стараясь полностью «погрузиться» в предмет.

г. Казань

Примечания:

1. Касютин В.Л. Вставная челюсть» (Конвергенция : безучастные наблюдатели?) / В.Л. Касютин // Информационное поле современной России : практики и эффекты. Материалы VII Международной науч.-практ. конференции 21-23 октября 2010 г.; [под ред. В.З. Гарифуллина]; [вып. ред. Р.П. Баканов]. – Казань : Казан. ун-т, 2010. – С. 204.

2. Шайхитдинова С.К. Медиаконвергенция и гуманитарные проблемы современности / С.К. Шайхитдинова // Информационное поле современной России : практики и эффекты. Материалы VII Международной науч.-практ. конференции 21-23 октября 2010 г.; [под ред. В.З. Гарифуллина]; [вып. ред. Р.П. Баканов]. – Казань : Казан. ун-т, 2010. – С. 327.

3. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка / А.П. Короченский. – Ростов-н/Д : Международный институт журналистики и филологии, 2002. – С. 10.

4. Петровская И. Медиакритика: «хорошие» и «плохие» мальчики : Почему телевизионщики пытаются расширить границы допустимого / И. Петровская // Журналистика и медиарынок. – 2003. – № 2. – С. 44.



Газета должна быть необходима читателям

По итогам всероссийского конкурса «Лучшая региональная газета» «МОЁ!» вошла в тройку призёров

Самый авторитетный и престижный конкурс региональной прессы «Лучшая региональная газета» проводится уже в шестой раз. Итоги конкурса за 2011 год подвели в минувшие выходные в Москве на конференции «Местная газета в центре событий». В этот раз в конкурсе приняло участие около 100 региональных газет России, которые боролись в 10 номинациях. «МОЁ!», которая ежегодно участвует в этом профессиональном соревновании и завоевала уже 11 наград и знаков отличия, в этом году получила призы сразу в трёх номинациях, среди которых и самая главная — «Лучшая региональная газета». В этом году «МОЁшке» вместе с газетой из Благовещенска «Амурская правда» присудили бронзу. Серебро досталось нашим коллегам из тульской «Слободы». Золото в этом году не присудили никому.

Благодаря стараниям фотокорреспондента Владимира Лаврова наша газета, кроме того, получила серебро в номинации «Лучшее фото». Также «МОЁ!» завоевала бронзовую медаль за лучшую обратную связь с читателями. В полной мере эта награда принадлежит и вам, любимые читатели! Благодаря вашим звонкам в редакцию, сообщениям и комментариям на портале «МОЁ! Online» мы не просто публикуем новости, которые действительно волнуют воронежцев, но и делаем это максимально оперативно.

Партнёрами конкурса «Лучшая региональная газета» являются Всемирная газетная ассоциация, Всемирный форум редакторов, Альянс независимых региональных издателей, фонд «Новая Евразия», федеральное агентство «РИА Новости» и другие. Для судейства организаторы ежегодно привлекают авторитетных экспертов из профессионального журналистского сообщества, но критерии оценки газет-участниц остаются неизменными.

Жюри оценивает как качество статей журналистов, так и газету в целом — и дизайн, и систему рубрик, и работу с новостями, и аналитику, и т.п. Судейская коллегия обязательно оценивает выбор тем (насколько они важны и значимы для сообщества) и то, насколько материалы способствуют пониманию изложенных событий или фактов, насколько прост и понятен их язык. Кроме того, по мнению организаторов конкурса, хорошая газета должна максимально полно отражать жизнь и проблемы людей, при этом упор делается на важный принцип: газета должна не довольствоваться информацией, лежащей на поверхности, а пытаться выяснить и сообщить читателю, что стоит за событиями и явлениями.

Признание, которое в этом году получила «МОЁ!» на всероссийском конкурсе, вдохновило весь коллектив редакции. Нам очень приятно, что изменения, которые за прошедший год произошли в газете и на нашем портале «МОЁ!Online», не остались незаме-

ченными не только читателями, но и коллегами-профессионалами.

— В прошлом году мы сделали упор на развитие, — говорит главный редактор «МОЁ!» Владимир МАЗЕНКО. — Упорно работали над тем, чтобы повысить количество и качество аналитических материалов в газете, кроме того, мы существенно обновили дизайн газеты, приблизив её к современным стандартам, к тому же кардинально изменили структуру нашего сайта «МОЁ! Online». Мы перестали воспринимать газету и портал по отдельности, сегодня для нас это единый медиаорганизм, мы делаем так, чтобы они непрерывно взаимодействовали друг с другом. Для редакции «МОЁ!» важно не стоять на месте, а постоянно меняться как содержательно, так и внешне. Но главная наша задача — всегда оставаться газетой, которая по настоящему необходима читателям.

Денежного эквивалента у конкурса «Лучшая региональная газета» нет. Однако дипломы, которыми награждают победителей, престижны сами по себе, ведь сегодня это, пожалуй, единственный профессиональный конкурс, на котором всесторонне оценивается качество издания в целом по набору объективных критериев. Как заявляют сами организаторы, конкурс «Лучшая региональная газета» — это «попытка организовать честное соревнование, одним из результатов которого становится формирование признанных профессиональным журналистским сообществом критериев качественной региональной прессы». Именно поэтому для всех сотрудников редакции «МОЁ!» победа в конкурсе и столь высокая оценка нашего труда почётна и очень приятна.

Мы поздравляем с этой победой и всех наших читателей. Обещаем, что на лаврах почитать не будем и сделаем всё, чтобы газета «МОЁ!» всегда оставалась лучшей!

Подробнее о конкурсе «Лучшая региональная газета» вы можете прочесть на сайте bestnewsraper.ru.

ЕСТЬ МНЕНИЕ

«МОЁ!» — эталонный представитель газеты XXI века».

Председатель воронежского отделения Союза журналистов России Зоя ГРЯЗЕВА:

— «МОЁ!» — это газета, которая идёт в ногу со временем, оперативно отражает и всесторонне освещает значимые события в жизни города и области. Искренне считаю, что «МОЁ!» — эталонный представитель газеты XXI века. Уверена, что профессионализм вашего коллектива позволит газете и впредь быть востребованной и интересной читательской аудитории. Я поздравляю ребят, которые делают сильную и интересную газету. Желаю вам новых творческих успехов и всего самого доброго!

«МОЁ!» на правильном пути».

Декан факультета журналистики ВГУ Владимир ТУЛУПОВ:

— Я много писал о «МОЁ!», в том числе и в профессиональном журнале «Журналист», и в последние годы отмечаю эволюцию этой газеты. Огромным плюсом вашей газеты является то, что «МОЁ!» может легко, интересно и правдиво рассказывать о серьезных событиях и явлениях. Конечно, совершенству нет предела, но с уверенностью могу сказать, что вы

на правильном пути. Если и дальше вы будете ориентироваться на конкретного человека — своего читателя, — на его потребности и проблемы, вы всегда будете востребованы.

Оксана КОЗЛОВА,
«МОЁ!», № 915, 29.05.2012

Рекламные слоганы в товарных группах

Изучение эффективности рекламной деятельности является одним из самых актуальных направлений в современном менеджменте. Применяемые сегодня средства рекламы разнообразны, многие из них технически и художественно совершенны, имеют сложную классификацию по назначению, месту применения, характеру использования, степени эмоционального и психологического воздействия на людей. Из мирового и отечественного опыта хорошо известна сила рекламы.

Особую роль в воздействии рекламы на целевую аудиторию играют рекламные слоганы. Многочисленные зарубежные и российские ученые уже достаточно подробно изучили их феномен. В частности, воронежские исследователи считают, что «слоган — это рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение и входящее во все сообщения в рамках рекламной компании»¹. Они также отмечают: «в конце прошлого века сформировались основные требования к слоганам — краткость, «ударное» выражение в них сути коммерческого предложения, эмоциональность, императивность. Положительно оценивались ритмическая организация текста и наличие рифм, а также простой, легкий и выразительный язык, способствующий лучшему восприятию и запоминаемости»².

Различные ученые практически единодушны во мнении, что ценность слогана складывается из двух составляющих — маркетинговой и художественной. Маркетинговая ценность слогана заключается в содержащейся в нем фактической информации об объекте рекламы — бренде или организации. Художественная ценность рекламной фразы заключается в тех художественных приемах, которые автор применил при ее создании. При этом обе составляющие ценности рекламного слогана призваны существовать в гармонии друг с другом.

Особый интерес представляет изучение рекламных слоганов в товарных группах — совокупности товаров или услуг, объединенных некими общими признаками (фирмой-производителем, способом производства, видом товара, его назначением и т.д.).

Отметим, что количество товарных групп в различных торговых организациях может быть самым разнообразным, в том числе и весьма обширным, их состав может значительно различаться друг от друга.

Рассмотрим примеры рекламных слоганов в некоторых важнейших товарных группах сети воронежских гипермаркетов «Апельсин», «О'кей», «Пятью пять», «Ашан», «Вестер-Гипер» и др.

В слоганах продуктов питания акцент делается на вкус: «Вкус здоровой жизни» (сок J7); «Знак хорошего вкуса» (чай Lipton); «Великолепный вкус и защита от кариеса» (жевательная резинка Orbit); «Радуга фруктовых ароматов» (драже Skittles); «Вкусы от природы» (мармелад Fruittella); «Mars. Пять сладких роз» (шоколадные конфеты Mars).

В рекламных слоганах молочных продуктов внимание акцентируется на их полезность: «Danone. Волшебный вкус здоровья» (молочные продукты Danone); «Коровы знают точно — сыр Kraft полезный очень!» (сыр Kraft).

В слоганах алкогольных напитков, прежде всего водки, активно используется тема русского характера: «Smirnoff. Русский характер» (водка Smirnoff); «Водка «White gold. Белое золото России» (водка White gold).

В слоганах пива подчеркивается, что в России к пиву относятся как к атрибуту общения и дружеской компании, душевного разговора с друзьями, знакомства. Примерами могут быть слоганы: «Надо чаще встречаться» (пиво «Золотая бочка»); «В компании с «Толстяком» время летит незаметно» (пиво «Толстяк»); «Старый Мельник». Душевное пиво». В связи с тем, что в нашей стране пиво употребляют в основном мужчины, в слоганах подчеркивается мужественность, веселье, мужское дружелюбие: «Арсенальное». Пиво с мужским характером»; «Клинское». А кто пойдет за «Клинским»?

Приведем примеры рекламных слоганов товарных групп сетей воронежских аптек «36,6», «Семейный доктор», «Зеленая аптека», «Аптека от склада», «Семейная аптека». Активно используется слово «боль»: «Быстро остановит боль. Ускорит излечение» («Вольгарен эмульгель»); «Финалгон». Быстро и надолго облегчает боль» (мазь «Финалгон»). Об эффективности лечения соответствующими препаратами говорят следующие слоганы: «Бронхikum. Когда природа побеждает кашель!» (сироп «Бронхikum»); «Элегантный способ лечения. «Биопарокс» с первых дней заболевания» (препарат «Биопарокс»).

Как известно, Воронеж является вторым городом в России по количеству личных автомобилей на тысячу жителей. Приведем примеры рекламных слоганов этой товарной группы, используемых в автосалонах Воронежа «Аврора-Авто», «Мотор Лэнд», «Ринг-Авто». В этих слоганах внимание уделяется тем признакам товара, которые особенно ценятся водителями — надежности и качеству: «Ford. Надежен. Создан для жизни»; «Renault Sandero. Простор

для жизни». Часто рекламисты выделяют в слоганах желание человека за рулем ощущать скорость, лететь словно на крыльях: «Ford Mondeo – движение вперед»; «... и целого мира мало (внедорожники Land Rover)»; «Suzuki. Почувствуй размах». Упоминаются в слогане страны-производители, так как покупатели хорошо знают, где производятся надежные машины (США, Германия, Франция, Япония, Швеция, Южная Корея): «Mitshubishi Lancer. Настоящий японский драйв».

Многие наиболее известные слоганы товарных групп живут десятилетия, прочно вошли в наше сознание, стали частью культуры, нашего языка («Вливайся!» (слоган напитка Fanta); «Россия – щедрая душа! Дарите от души» (конфеты фабрики «Россия»).

Вместе с тем, мы являемся свидетелями постоянного появления новых слоганов. Только в сентябре-октябре 2012 года реклама Воронежа обогатилась слоганами: «Офисмаг». Экономим деньги!» (в октябре открылся новый магазин товаров для офисов); «РЕТ.

Осенний ценопад»; «SKAVOLINI. Лучшие кухни Италии скоро в Воронеже»; «Юнитекс». Мебель для офиса. На пути к успеху»; «Олейна». Вкус еды, а не масла»; «ОМСА. Все внимание приковано к тебе!»; «FIRST AID. Первая помощь в вашем доме» (охлаждающий пластырь) и десятки других.

Эти слоганы разработаны копирайтерами известных зарубежных фирм и переведены на русский язык, а также отечественными и воронежскими специалистами.

Важно не растерять это интеллектуальное богатство. Пришло время создания серьезного словаря слоганов.

Е. Дробышевская
г. Воронеж

Примечания:

1. Теория и практика рекламы. Учебник/ Под ред. Тулупова В.В./ СПб.: изд-во Михайлова В.А.; 2006. – С. 452.
2. Там же. – С. 458 – 459.



Е. Песков

Особенности современной анимации

В своей книге «The Illusion of Life Disney Animation» мультипликаторы Фрэнк Томас и Олли Джонсон рассуждают о том, какое значение придает человеческое сознание движению, как способу невербальной коммуникации. Именно поэтому человек всегда стремился «зафиксировать» движение каким бы то ни было способом. Еще кроманьонцы изображали движущихся животных на стенах своих пещер. С тысячелетиями, значение движений только возросло. Появились актеры, изображающие и подражающие движениям, театр и кино, в которых эти актеры своими движениями воспроизводят характеры¹.

По мнению авторов книги, анимация максимально приблизилась к этому. У человека появилось средство воссоздать и зафиксировать любое движение, которое он только может себе представить. Именно этим и объясняется популярность такого вида искусства, как анимация.

Федор Хитрук в книге «Профессия аниматор» говорит о том, что анимация наиболее точно передает движения души² — ведь автор анимирует абсолютно все, что есть вокруг персонажа, получает полный контроль над этим. Например, если персонаж идет против сильного ветра — анимировать нужно не только руки и ноги, но и складки одежды, и окружение — художник-аниматор, в отличие от актера, полностью воссоздает сцену и, таким образом может точнее смоделировать необходимые зрительские эмоции.

По технологии создания, современную мультипликацию можно разделить на три группы:

Рисованная мультипликация. Она больше всего соответствует принципам про-диснеевской анимации. Ее отличительной чертой является то, что персонаж перерисовывается из кадра в кадр вручную. Сейчас практически вся рисованная анимация выполняется на компьютере — разработано большое количество программ и приложений, позволяющих цифровыми средствами создавать покадровый рисунок. Тем не менее, некоторые студии по-прежнему работают с калькой и целлулоидной пленкой, как это происходило на протяжении почти всего XX века.

Компьютерная, или трехмерная мультипликация. Практически ни один современный мультфильм при производстве не обходится без помощи компьютера. Тем не менее, в русском языке под «компьютерной» в основном понимается 3D мультипликация, которая была создана при помощи виртуальных объемных фигур, созданных и анимированных на компьютере. Многие исследователи полагают, что именно за этой технологией будущее. Крупнейшие современные студии сейчас выпускают в основном трехмерную мультипликацию, полностью оставив производство классической,

рисованной анимации³. Это объясняется тем, что зачастую создать такой мультфильм значительно проще и быстрее, чем рисованный. Кроме того, сейчас появляется большое количество программ, визуализирующих 3D-модели с контуром, что может создать у зрителя ощущение рисованной техники.

С появлением технологии захвата движения (motion capture) процесс производства трехмерной анимации еще более упростился. Для создания такой анимации, достаточно, чтобы актер воспроизвел необходимые движения персонажа. При помощи специальной техники, компьютер фиксирует перемещения актера и переносит их на трехмерную модель в компьютере. Сейчас эта технология применяется в производстве многих мультфильмов и компьютерных игр.

Stop Motion. Данная технология предполагает покадровую съемку объектов на фотокамеру и последовательный запуск получившихся снимков. Сюда входит множество техник: пластилиновая, кукольная, переключочная анимация. Кроме того, при помощи stop-motion можно снимать и просто какие-либо предметы быта, или даже людей. В этой технологии сейчас снимаются авторские короткометражные мультфильмы, так называемый арт-хаус.

Отдельно следует отметить такую технологию, как *твиннинг* анимация, находящуюся на периферии между тремя указанными выше технологиями. Способом создания твиннинг больше всего напоминает переключку, которая относится к stop motion. И там, и там персонаж как бы складывается из разных деталей — голова, тело, руки и ноги. Но если в переключке эти детали нарисованы на пленке и вырезаны, то в твиннинге они нарисованы на компьютере, что роднит его уже с рисованной мультипликацией. Сходство с трехмерной анимацией у твиннинга проявилось сравнительно недавно. В современных компьютерных приложениях твиннинг позволяет использование технологии скелета — когда все детали персонажа накладываются на виртуальный скелет. Это значительно упрощает работу аниматора, которому теперь достаточно лишь двигать суставы и кости виртуальной куклы, вместо того чтобы перемещать каждую деталь в отдельности.

По популярности твиннинг сравним с трехмерной анимацией — он дает очень широкие возможности при, сравнительно, небольших трудозатратах. Большинство современных телевизионных мультсериалов создаются при помощи твиннинга. Кроме того, эта технология легко может быть «смешана» с технологией рисованной анимации при необходимости. Например, если в нескольких кадрах предполагается резкое и необычное движение

персонажа, которое сложно изобразить средствами твиннинга, мультипликатор может прорисовать эти кадры вручную.

Несмотря на различие технологий, у них гораздо больше общего, чем просто покадровость и искусственно созданное изображение. Практически вся современная анимация следует двенадцати принципам, разработанным художниками студии Дисней на ранних этапах их работы (конец 1920-х – начала 1930-х). Впервые эти принципы были сформулированы и собраны в книге «The Illusion of Life Disney Animation» Френком Томасом и Олли Джонсоном. При подготовке этой статьи мы также использовали краткую формулировку, предложенную российским анимационным критиком Алексеем Кобелевым в его статье, посвященной этим принципам:

Сжатие и растягивание. Аниматорам необходимо стремиться перенести на экран реальную физику живого движения. Это означает, что при любом движении персонаж должен растягиваться и сжиматься, однако не терять свой постоянный объем. То есть, в то время как по одной оси персонаж растягивается, например, в прыжке, по другой оси он должен сжаться.

Упреждающие движения. Многие сложные действия должны упреждаться так называемыми отказными движениями. Перед тем же прыжком, нужно немного присесть, а перед ударом размахнуться. Такое упреждение, а также скорость перемещения и инертность позволяют придать персонажу вес.

Постановка. Игра персонажа должна быть максимально ясной и понятной. Порой аниматорам приходится изображать движения, невозможные в жизни. В этом случае их задача – чтобы причина этого движения была ясна зрителю. Кроме того, этот принцип заставляет зрителя обращать свое внимание именно на те детали, которые необходимо подчеркнуть.

Предварительная компоновка движений. Необходимо наметить основные позы и рисовать от одной к другой. Эти ключевые позы необходимо выполнять с максимальным вложением мастерства художника.

Завершающие и перекрывающие движения. Любое действие необходимо сопровождать захлестом, движением отдельных частей тела, в то время как само тело уже не движется. Например, свободная одежда должна постоянно находиться в движении.

Через промежуточные кадры персонаж должен проскальзывать, медленно выходя из исходной позы, резко ускоряясь и опять замедляясь у новой позы. Таким образом, зритель будет видеть в основном самые **выразительные кадры.**

Дуги. Ни в коем случае нельзя применять метод прямолинейного движения. Траектории движения должны быть дугообразными, ведь только так движутся все живые существа. Интересно, что приближение траектории к прямой линии будет определять резкость движения.

Второстепенные движения. Это не вполне осознаваемые движения персонажей, которые могут подчеркнуть выразительность сцены. Например, если персонаж в сцене печален и вытирает слезу – движе-

ние руки должно подчеркивать его настроение, именно второстепенные детали создают окончательное восприятие настроения сцены.

Тайминг. Правильная компоновка кадров на временной линейке, от которой зависит динамика сцены. Правильный тайминг заставит зрителя разволноваться или успокоиться, когда этого хочет художник.

Преувеличение. Движения, позы и выражения лиц должны быть выразительными и максимально открытыми зрителю. Выразительность легко передать с помощью преувеличения и гротеска. Отсюда «большие» глаза персонажей, невероятная эмоциональность и нередко карикатурность.

Четкая рисовка. Этот принцип распространяется далеко не на всю современную анимацию. Даже в рисованных работах из стилистических соображений рисовка нередко бывает нарочито неаккуратная, с использованием недостаточно ровных контуров и штрихов.

Выразительность образа. Анимационный персонаж должен быть максимально выразителен и понятен не только своими движениями, но и в целом своим обликом. Его характер и поведение должны быть «зашифрованы» в этом облике и переданы через черты лица и фигуры на доступном для зрителя языке^{4 5}.

Несмотря на то что со времени формирования этих принципов прошло уже больше семидесяти лет, они до сих пор лежат в основе создания анимации⁶.

Современная мультипликация имеет достаточно широкую сферу применения. Кроме, непосредственно, мультфильмов, аниматоры задействованы в производстве кино, компьютерных игр, телепередач, телевизионной рекламы и интернет-баннеров, создании интернет-сайтов с технологиями flash или java. Кроме того, аниматоры часто бывают задействованы в производстве мультимедийных приложений и программ – интерактивных инструкций, диаграмм и таблиц.

Анимация в разных ее формах хорошо подходит для распространения некоторых сложных для передачи рекламных сообщений и для охвата некоторых специфических аудиторий, в частности детей.

Традиционные методы анимации предусматривают использование рисованных изображений, кукол-марионеток, фотографий стоп-кадр и видео-анимации. Рекламные ролики, созданные методом рисованной мультипликации, часто вызывают высокий зрительский интерес и имеют наибольшую «продолжительность жизни». Поэтому со временем их издержки на один просмотр оказываются самыми низкими. Однако их производство требует больших начальных затрат⁷.

г. Воронеж

Примечания:

1. The illusion of life : Disney animation / Frank Thomas and Ollie Johnston. — 1st Hyperion ed. p. cm. Rev. ed. Of: Disney Animation. Popular ed. 1984. Includes bibliographical references and index. — P. 10-12.

2. Хитрук Ф. Профессия – аниматор / Федор Хитрук. — М. : Гаятри, 2007. — С. 78.

3. Маэстри Дж. Секреты анимации персонажей / Дж. Маэстри. – СПб. : Питер, 2002. – С. 15-19.
4. The illusion of life : Disney animation / Frank Thomas and Ollie Johnston. - 1st Hyperion ed. p. cm. Rev. ed. Of : Disney Animation. Popular ed. 1984. Includes bibliographical references and index. – С. 47-69.
5. Кобелев А. Принципы про-диснеевской анимации / А. Кобелев. – (<http://prodisney.ru/index.php?page=12principles.php>).
6. Керлоу М. Искусство 3D-анимации и спецэффектов / Айзек В. Керлоу. – М. : ООО «Вершина», 2004. – С. 32.
7. Арнс У. Современная реклама / Уильям Ф. Арнс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Арнс. – М. : Эксмо, 2011. – С. 641.



Е. Красова

Модели потребительского поведения воронежских студентов

Жизнедеятельность российских студентов XXI века проходит в сформировавшемся обществе потребления, а следовательно, изменяются статус и роль культуры потребления в социальных отношениях в целом. Новая реальность трансформирует социальные нормы, ценности и установки, изменяет модели поведения. Французский социолог и теоретик постмодернизма Ж. Бодрийяр так описывает подобный мир — это «воображаемый мир экрана, интерфейса, удвоения, смежности, сети», «благодеяния потребления не переживаются в повседневной практике как результат труда или процесса производства, они переживаются как чудо» [1].

Мы полагаем, что актуализация проблемы потребительского поведения студенческой молодежи в современных условиях обусловлена рядом причин.

Во-первых, противоречивостью опыта более двадцати лет реформ в стране. С одной стороны, основным достижением является некоторый рост благосостояния, разнообразный и насыщенный рынок товаров и услуг, свобода выезда за рубеж. С другой, — люди в своем большинстве утратили уверенность в завтрашнем дне [2, 111-113]. Потребление — это сфера социализации молодежи, когда идет поиск ценностных ориентиров. Складываются весьма непростые условия в социуме для столь сложного процесса.

Во-вторых, такие социально-демографические факторы, как возраст и образовательный уровень, являются серьезными предикторами повседневных покупательских практик. Возникает возможность прогнозировать также и социальное поведение молодежи. Совершенно справедливо указывает Е.Н. Нархова, что поведение в области потребления выступает проекцией отношения студенчества к окружающей социальной действительности [3, 4].

В-третьих, тех, кто родился в 1984–2000 гг., принято называть «поколением Y» [4]. На формирование ценностей этой социально-возрастной группы повлияли как общемировые факторы (глобализация, визуализация, бурное развитие информационных технологий), так и социальные процессы, специфические для России, — распад СССР, рыночные реформы и либерализация. Потребителя-игрека отличает активная включенность в символическую коммуникацию. Интернет и социальные сети играют в его жизни основополагающую роль. Действительно ли эти процессы уравнили характеристики молодежи разных стран и разных уровней модернизации? Через изучение конструкторов потребления молодежной элиты — студенчества — можно попытаться выявить специфические характеристики поколения Y в России и в конкретном регионе.

В-четвертых, хотя культура потребления является надындивидуальным феноменом, существует связь между личностными характеристиками и личным имуществом: личные вещи выполняют функцию самопрезентации и связаны с личной идентичностью [5, 275]. Проблема идентичности, как известно, имеет непреходящее значение, в особенности в обществах переходного типа.

Изучение потребительских представлений и потребительского поведения студентов тесно связано с дискурсом потребительской культуры. Социологи пытаются разграничить понятия «культура потребления» и «потребительская культура». Так, В.И. Ильин предлагает не смешивать категории культуры потребления и потребительской культуры (consumer culture), так как последняя предполагает потребительство (консьюмеризм) [6, 131]. В то же самое время Е.Н. Нархова не столь категорична, считая, что можно употреблять данные термины как однопорядковые, что детерминировано общим объектом исследования [3, 14]. В социологическую парадигму понятие «культура потребления» вписывается как более широкое, отражающее смыслообразующий аспект потребительского поведения — ценностные установки. Это позволяет понять сущность культуры потребления, как способа потребительской деятельности.

Мы воспользовались вторичными социологическими данными исследований, проведенных в различных российских регионах, чтобы проанализировать особенности студентов вузов, потребляющих товары и услуги современного рынка [3, 10; 7,17; 8, 117-124; 10]. Прежде всего, следует отметить, что постсоветской молодежью достаточно хорошо усвоены ценности современной цивилизации, ее отличает прагматизм и рационализация мышления. Усиливается индивидуализация потребительских запросов. Образование влияет на степень включенности в модернизационные процессы, соответственно проявляются такие черты современной личности, как амбициозность, свобода и активная жизненная позиция. Студенты высших учебных заведений представляют собой одну из самых интеллектуальных, социально и экономически грамотных групп в молодежной среде, поэтому они являются наиболее информированными и требовательными покупателями. Это особая группа, отличительными признаками которой являются повышенная потребительская активность в отношении новых и модных товаров, широкий спектр потребностей, гедонизм, склонность к спонтанным покупкам, развлекательный характер потребления, ориентация на личный комфорт.

Эмпирические данные фиксируют стойкую тенденцию современного потребительского поведения, в котором доминирует «желание». Удовлетворяются не только и не столько актуальные потребности (в пище, одежде и т.п.), но и потребности в переживании эмоций – удовольствия, радости и т.п., связанных с самим процессом потребления [7, 17; 12, 79]. Зачастую эти переживания формируют особые формы поведенческой, интеллектуальной и эмоциональной зависимости. Появился новый способ поведения – шопинг – хождение по магазинам не только с целью совершения покупок и сбора информации, но и проведения свободного времени.

Второй ключевой момент, характеризующий «потребляющего студента», касается практик самоутверждения через потребление. От 40% до 80% молодых людей в разных регионах страны хотят выделиться, любят быть непохожими на других [8, 17; 9, 119]. Несмотря на то, что питание составляет самую большую часть студенческого бюджета, на второе место по удельному весу выходит модная одежда и имиджевое потребление [11, 17].

В социологических трудах разработаны разнообразные типологии моделей потребительского поведения студентов, культур потребления и самих потребителей [13, 153; 3, 20-22; 14, 15-16]. Как правило, все они имеют схожее содержание, так как их базу составил один объект эмпирических исследований – молодежь. Типология потребительских практик студенческой молодежи как результат обобщения имеющихся в научной литературе схем может выглядеть следующим образом.

1. **Экономная модель** предполагает планируемое распределение доходов, удовлетворение базовых потребностей, ориентацию на избегание нужды и ограничение потребностей. Среди ценностей превалирует бытовая обустроенность. Делая покупки, представители данного типа больше заботятся о своих насущных потребностях, нежели о желаниях. Предпочтение отдается товарам низкой стоимости.

2. **Рациональная модель** характеризуется плановым распределением доходов, учетом собственных денежных средств. Основными ценностями являются семейное благополучие, здоровье, информированность, общение с друзьями. Решение о покупке принимается независимо от других людей или социальных групп на основе оптимального соотношения цены и качества, имеется паритет потребления и деятельности.

3. **Статусная (демонстративная) модель** ориентирует на высокий уровень дохода, карьеру. Вещи ценятся не по их непосредственной функции, а как инструменты социального положения, имеющие целью производить впечатление на окружающих. Они выражают принадлежность к престижным группам и дистанцирование от менее обеспеченных групп. Потребитель ориентируется на известные бренды как образец для подражания, старается следить за модными тенденциями.

4. **Стихийная модель** предполагает хаотичное распределение дохода, его расход на развлечения и увле-

чения, которые составляют главный смысл жизнедеятельности. Покупки делаются спонтанно, увлекает сам процесс приобретения, шопинг рассматривается как способ проведения досуга. Вкусы и предпочтения формируются массовой культурой «глянца». Большое влияние на покупателя такого типа имеют эмоциональные стимулы.

5. **Компенсаторная модель** связана с ограниченными возможностями самореализации в учебной или профессиональной деятельности, карьерном росте или личной жизни. Шопинг становится своеобразной компенсацией, закрывающей незаполненную ценностную нишу. Зачастую возникает зависимость по типу фобии, получившая название «шопоголизм». У так называемых «компульсивных» покупателей прослеживается тенденция к тревожности, депрессии и низкой самооценке, довольно часто такие люди покупают одежду [5, 274].

Все эти теоретические выкладки легли в основу эмпирического исследования, проведенного весной 2012 г. в г. Воронеже. Его база сложилась из анализа данных государственной статистики, результатов общероссийских и региональных социологических исследований, реализации методов опроса, наблюдения, контент-анализа, проективных техник, психосемантического анализа ответов на открытый вопрос анкеты. Так, объектом изучения в ходе массового опроса* стали студенты пяти вузов (трех университетов – классического, педагогического и технического, двух академий – медицинской и академии народного хозяйства и государственной службы) [16, 83-84]. Отбор вузов определялся профилем подготовки специалистов (технический, естественный и гуманитарный). Была применена разновидность квотной-пропорциональной выборочной процедуры, основанной на таких показателях, как вуз и курс. Общий объем выборки составил 260 человек. Суммируя результаты других региональных опросов, мы ограничивались выбором наиболее зримых тенденций и социальных фактов, так как понимали, что различные регионы страны имеют определенную специфику, в особенности города федерального значения – Москва и Санкт-Петербург.

Как студенты воронежских вузов выстраивают и конструируют свои потребительские практики? Хотелось понять социально-психологические особенности потребительского поведения и восприятия брендов при выборе одежды. Предмет исследования был намеренно сужен. Полагаем, что одежда имеет особое назначение для человека. В специальном исследовании роли символики

костюма нами был обоснован тот факт, что современная визуальная коммуникация включает в себя внешний облик человека как обязательный компонент. Одежда является как бы продолжением личности – указывает на соответствие нормам, существующим в данной социальной группе и в обществе в целом, символизирует авторитетность, выражает индивидуальность [16].

Фокус исследовательского интереса был сосредоточен прежде всего на выявлении информационной обеспеченности в модели потребительского по-

ведения студенческой молодежи. На что в первую очередь обращается внимание, когда делаются покупки? См., табл. 1.

Как видно, студенты при выборе товара руководствуются его внешними признаками, а также различной рекламной информацией. Для четверти опрошенных значительную роль играют рекомендации ближайшего окружения. Лишь 13,5% отметили, что ключевым для них является сложившийся образ и репутация известной фирмы.

Поскольку 18,6% опрошенных опираются на рекламу и еще 10,9% изучают каталоги, то резонно было бы узнать, рекламные сообщения какого рода являются источником получения сведений о желаемой покупке. Любопытно, что все опрашиваемые не проигнорировали этот вопрос, дали на него ответ, тем самым подтвердив предположение о более весомой роли рекламной информации в покупательском поведении студентов, нежели они сами это признают. См. рис. 1.

Наиболее значимой для студентов является информация, предоставляемая телевизионной и Интернет-рекламой. Показательным является тот факт, что 28% респондентов используют Интернет для получения сведений о товаре.

По данным опроса 2010 г. мы выяснили, что лишь десятая часть молодежи делает выбор товаров и услуг с помощью рекламных сообщений. В 2012 г. количество студентов-покупателей, действующих таким образом, оказалось в три раза больше. Тогда было сделано предположение о том, что чрезмерное количество рекламы приводит к возникновению у молодежи ощущения давления и настраивает на отторжение гипотетически полезной информации, протесту против внушающей коммуникации [17]. Теперь напрашивается вывод о том, что студенты являются достаточно активными потребителями разного рода рекламных продуктов.

В исследовании мы попытались выяснить основные критерии выбора одежды студенческой молодежью. Опрошенным предлагалось проранжировать различные характеристики (во-первых, во-вторых, в-третьих). Полученные результаты демонстрируются в табл. 2.

На первом плане оказались такие критерии, как функциональность и индивидуальность. Имиджевые характеристики, однако, не вышли на периферию: триада «соответствие социальной группе – следование моде – известный бренд» занимает значительное место.

Эти данные можно интерпретировать и под другим углом зрения, снижающим престижность данного вопроса для респондентов [18]. На этот раз мы суммировали количество ответов по трем рангам (во-первых, во-вторых и в-третьих) по каждой позиции, см. рис. 2.

Имиджевые характеристики одежды (одежда от известного бренда, соответствующая ближайшему окружению, повышающая социальный статус, модная, красивая), по всей видимости, в потребительских установках студентов играют весомую роль. Впрочем, воронежские студенты не вполне вписываются в иррациональную картину, обрисованную Ж. Бодрийяром. По его убеждению «вся жизнь в современном

обществе организуется в образы, в знаки, в потребляемые модели», а люди руководствуются при покупках не функциональностью вещей, а их символичностью [19, 240].

Между тем производители брендов вполне эффективно создают стиль жизни, формируются коллективные переживания и опыт. В этом заключается социальный потенциал бренда. Соответственно нам интересно было узнать, какие качества, по мнению участников опроса, отличают хороший бренд одежды. Полученную картину воспроизводит табл. 3.

Как видно, 42% студентов рационально подходят к оценке бренда, в то время как почти треть фиксируют его мифологические составляющие. Чуть больше пятой части хотела бы видеть в бренде отражение специфики той возрастной группы, к которой относятся студенты. Удивляет полнейшее равнодушие студенческой молодежи к презентации бренда в сети, ведь более четверти всех респондентов используют Интернет как источник сведений о товарах. Видимо, данный вопрос требует уточнения в последующих исследованиях.

Участники опроса отмечают бренды одежды, наиболее популярные среди молодежи. Причем это имеет глубокий смысл, так как через бренд фактически выбирается стиль жизни. См. табл. 4.

Более 60% опрошенных студентов назвали три бренда – Zara, Adidas и New Yorker, в большей мере отвечающих молодежным притязаниям. Концепции данных брендов строятся на принципах демократичных цен, «мгновенной моды», частого обновления коллекции, ориентации на спорт, сочетания классики и молодежной стилистики (оригинального кроя, ярких цветов и необычных фасонов) [20]. Так, Zara поставляет в свои магазины более 10 тыс. моделей в год, в то время как другие компании ограничиваются 2-4 тысячами. Сложившиеся образы торговых марок в студенческом сознании отражают ценности, лежащие в основе потребительского поведения. Для студентов важны низкие или средние ценовые категории, стиль и комфорт, соответствующие жизни в большом городе. Это вполне согласуется с концептуальной схемой сегментации молодежных стилей жизни, разработанной П. Лебедевым и Л. Паутовой [23, 468-471]. Выделим три группы, наиболее типичные для воронежских студентов.

Во-первых, это «масса», – последователи модных веяний, замечающие тренды в тот момент, когда их поддерживает большинство. Они активно стремятся «быть как кто-то», мотивированы на стабильность, популярный и легко узнаваемый бренд, на семью и домашний круг.

Во-вторых, это «умники», обладающие большим объемом ресурсов, как реальных, так и потенциальных, нацеленные на современные инновационные ценности. Они активно осваивают новые технологии, отличаются обильным потреблением, носящим обдуманный, рациональный характер, ориентированы на современность и практичность.

В-третьих, это «продвинутые» – молодежь цифрового поколения. Они отличаются активным

культурным потреблением, спонтанными покупками, ориентированы на технологические модные новинки.

В саморегуляции потребительского поведения студентов важную роль играют ценностные приоритеты. Чтобы очертить данный контекст в изучаемой модели, мы предложили испытуемым выразить свое согласие или несогласие с рядом суждений, см. табл. 5.

Вопрос оказался сложным для респондентов, что нашло отражение в количестве затруднившихся с ответами. В особенности это касалось роли бренда в жизни молодежи. Почти 60% опрошенных не согласились с утверждением, что бренд диктует стиль жизни, однако более десятой части все-таки выбрали это категоричное суждение. Абсолютное большинство ратует за индивидуальный вкус в противовес влиянию бренда. Вместе с тем 43% опрошенных студентов подтвердили, что бренд постепенно становится средством идентификации и дифференциации студентов-потребителей, согласившись с утверждением, что их ближайшее окружение стремится выделиться за счет брендовой одежды.

В два раза больше выявилось тех, которые считают бренд символом престижа и высокого качества жизни, а также выразителем социальной группы с общими интересами. Несколько больше оказалось студентов, критически настроенных по отношению к шопингу (40% относятся отрицательно, 35% – положительно). Наконец, большинство считает, что одежда отражает жизненные позиции, интересы и увлечения человека.

Базовыми компонентами культуры потребления выступают ценностные ориентации, детерминирующие активизацию определенной модели потребительского поведения. В нашем исследовании речь шла о значимых приоритетах студентов в отношении денег и трат. В табл. 6 представлены оригинальные ответы респондентов на вопрос с проективной ситуацией. Высказывания разбиты на несколько категорий, в зависимости от потребительских установок респондентов.

Как видно, значимые предпочтения студентов весьма скромны. В основном они касаются помощи родным, улучшения жилищных условий, удовлетворения первичных нужд. Это находит отражение в применяемой лексике. Типичным является использование слов и словосочетаний: «помощь», «лечение», «улучшение», «решение проблем», «практичные вещи», «недорогие вещи», «товары первой необходимости» и т.п. Некоторые респонденты упоминали даже качественную и вкусную еду в качестве первоочередной покупки. Примечательно, что технику и технические новинки среди наиболее желанных приобретений выделили менее десятой части респондентов. Также менее десятой части студентов хотели бы путешествовать по всему миру. Еще 7% имеют образовательные приоритеты. Незначительная часть опрошенных устремлена в предпринимательство и рыночные отношения. Обращает на себя внимание трафаретность потребительских притязаний большинства – это приоритет «выживающие семьи – жилищная проблема – недостаточность предметов быта».

Вот пример оригинальных трактовок, которые весьма редко встречались в ответах на проективный вопрос, (приводятся в интерпретации респондентов и снабжаются социально-демографическими характеристиками). Это суждения, связанные

– с желанием личностного роста («максимальный комфорт для саморазвития», мужчина, ВГУ; «получение образования за границей», женщина, ВГУ; «обучение за рубежом», женщина, Технический университет; «второе высшее образование», женщина, Медицинская академия;

– с предпринимательскими амбициями («открытие клиники», мужчина, ВГУ; «вложение в бизнес», женщина, Технический университет);

– с направленностью на благотворительность («сдам в детский дом»), мужчина, Технический университет; «благотворительность», женщина, ВФ АНХ и ГС).

Наши данные коррелируют с результатами других опросов. В исследовании молодежи в Краснодарском крае был подтвержден тот факт, что семья остается одной из немногих традиционных ценностей, в отношении которых существует практически полное единодушие – до 90% отмечают ее «важность в жизни» [9].

Очевидно, что как российские, так и региональные экономические реалии оказывают сильное влияние на студенческую молодежь, хотя и понятно, что для них не характерно потребление слабoresурсных социальных страт. Исследователи Левада-центра задали вопрос россиянам: «Для каких целей Вы сейчас делаете сбережения (или стали бы делать, если бы у Вас была возможность)». Среди ответов, не претерпевших изменения с 2002 по 2011 гг., значилось [21, 56]:

На всякий случай, про запас 40%

Лечение 26%

Покупка квартиры, собственного дома 21%

Отдых, развлечения, путешествия 20%

Образование 15%

Остается вместе с тем фактом, что воронежские студенты живут в городе, где среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций составляет 14337 руб., а пятая часть населения имеет доходы ниже прожиточного минимума, то есть живет за чертой бедности [22, 54].

Участники опроса выделили свои ценностные приоритеты в отношении денег, которые они готовы потратить во вторую очередь, см. табл. 7.

Здесь категории ответов оказались разнообразнее. Наибольший удельный вес заняли путешествия и вещи. Чаще всего в высказываниях упоминается «мир» и «кругосветное путешествие», затем европейские страны. Студенты называют наиболее популярные туристические маршруты. Что касается вещей, то, судя по высказываниям, они имеют для большинства в основном прагматическую, эстетическую и гедонистическую ценность, для меньшинства – социальную ценность, подтверждающую статус владельца. Говоря о вещах, опрошенные зачастую применяют либо уменьшительные, либо уничижительные конструкции – «второстепенные вещи», «приятные мелочи», «тряпки», «простая и удобная одежда» и т.п.

Австралийский социолог Г. Блатерер отмечает, что для современного общества характерна тенденция, связанная с семантической экспансией молодежного стиля жизни со стороны рыночных сегментов, появляются новые представления о практиках потребления [24, 71, 75]. Конечно, потребительские практики многогранны, но даже на имеющемся у нас материале можно сделать ряд предположений.

Как показало исследование, потребление для воронежских студентов является и материальной практикой, и средством общения, а также способом самовыражения и обозначения социального положения. Молодые люди находятся в ситуации поиска ценностных ориентиров в потреблении. Это находит отражение в том, что массовое студенческое сознание фиксирует, с одной стороны, функциональность и индивидуальность покупаемой одежды, а с другой — приверженность моде, отвергает влияние брендов, но утверждает, что молодежь использует брендовую одежду в демонстративных целях.

Специфическими характеристиками поколения игрек, если рассматривать его представителей в региональном контексте, является большая консервативность, чем это отмечается на примере европейской молодежи или даже российских городов федерального значения. Технические новинки студенты в основной своей массе не включают в главные приоритеты. Развлекательный характер потребления также характерен для малой части студенчества: к шопингу относятся достаточно скептически. Потребительская ценность бренда как символа потребительской культуры для них невелика. Вряд ли можно говорить о сформированности брендовых предпочтений. Вместе с тем, групповые ценности студенчества проявляются на уровне выбора ценностей бренда.

Первое место в потребительском поведении воронежских студентов занимают экономная и рациональная модели — это примерно до 60% всех исследуемых. Второе по удельному весу вовлеченной молодежи — статусная (демонстративная) — менее трети. Наконец, стихийная и компенсаторные практики незначительны. В целом же потребительские практики воронежских студентов имеют тенденцию к рационализации.

г. Воронеж

Примечания:

1. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр. — http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/przl_01.php (дата обращения 20.08.2012).

2. См.: Двадцать лет реформ глазами россиян (Опыт многолетних социологических замеров) : Аналитический доклад Института социологии РАН // Полит. исслед. — 2011. — №6. — С.109-119.

3. См.: Нархова Е.Н. Культура потребления современных российских студентов : автореф. дис. ...канд социол. наук / Е.Н. Нархова. — Екатеринбург, 2006. — 23 с.

4. Согласно теории поколений, разработанной в 1991 г. американскими учеными Н. Хоувом и У. Штраусом, к поколению Y следует относить родившихся в 1984-2000 гг. россиян. См.: Время появления поколения Y. — <http://www.e-executive.ru/wiki/index.php> (дата обращения 1.07.2012); Соколова Н. Поколение игрек / Н. Соколова. — Профиль. — 2010. — №35. — http://www.profile.ru/items_30843 (дата обращения 1.07.2012).

5. См.: Фернхем А. Личность и социальное поведение / А. Фернхем, П. Хейвен. — СПб.: Питер, 2001. — 368 с.

6. См.: Ильин В.И. Потребление как дискурс : учеб. пособие / В.И. Ильин. — СПб.: Интерсоцис, 2008. — 446 с.

7. См.: Голова А.Г. Управление потребительским поведением молодежи в условиях мегаполиса : автореф. дис. ... канд социол. наук / А.Г. Голова. — М., 2010. — 22 с.

8. См.: Ядова М.А. Современное и традиционное в ценностях постсоветской молодежи / М.А. Ядова // Социол. исслед. — 2012. — №1. — С.114-125.

9. См.: Петров А.В. Ценностные предпочтения молодежи: диагностика и тенденции изменений / А.В. Петров // Социол. исслед. — 2008. — №2. — С.83-90.

10. См.: Афанасьева Ю.Л. Влияние рекламы на потребительское поведение студенческой молодежи : автореф. канд. социол. наук. — Пенза, 2010. — 24 с.

11. См.: Цапу А.Б. Социологический анализ потребления в среде российского студенчества (на материалах г. Санкт-Петербурга) : автореф. дис. ...канд социол. наук / А.Б. Цапу. — Санкт-Петербург, 2008. — 25 с.

12. См.: Горбунова М.Ю. Управление поведением потребителя в контексте эмоционально-коммуникативного сервиса / М.Ю. Горбунова, О.В. Понукалина // Социол. исслед. — 2012. — №4. — С.78-88.

13. См.: Набруско И. Социокультурная роль денег в процессе потребления / И. Набруско // Социология : теория, методы, маркетинг. — 2011. — №1. — С.147-155.

14. См.: Самарбаева Н.К. Особенности потребительского поведения городской молодежи в контексте социально-психологического развития личности : автореф. канд. психол. наук. — М., 2012. — 25 с.

15. Студенты очного отделения в г. Воронеже составляют 15,7% населения. Они обучаются в 22 вузах, 17 из которых являются государственными учреждениями. Рассчитано по: Воронежский статистический ежегодник 2011 : Стат сб. / Воронежстат. — Воронеж, 2011. — 324 с.; Воронеж в цифрах: <http://vvoronezhe.ru/events/e27010725/> (дата обращения 26.08.2012). Без сомнения, студенты являются значимыми агентами влияния в городе, который называют «студенческим».

16. См., подробнее: Красова Е. Код одежды персонажа рекламы как инструмент воздействия / Е. Красова, И. Мухина // Акценты. — 2012. — №1-2. — С.78-86.

17. См., подробнее: Красова Е.Ю. Молодежь в ценностном потоке рекламной информации // Е.Ю. Красова, В.В. Стукалова // Вестник Воронеж. ун-та. — Сер. История. Поли-тология. Социология. — 2010. — №2. — С.33-40.

18. В прикладной социологии установлено, что «вес» престижного вопроса колеблется в пределах 10%. В данном случае можно предположить, что респонденту при ответе на вопросы анкеты трудно признаться во внешнем влиянии, реагировании на манипулятивные технологии маркетинга, легче утвердить личностные качества, собственную неповторимость.

19. См.: Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры /

Ж. Бодрийяр. — М.: Республика; Культурная революция. — 2006. — 269 с.

20. См., например: Одежда ZARA – История бренда : <http://shopping.name/odezhda-zara-istoriya-brenda.html> (дата обращения 14.08.2012); История бренда Zara : <http://wiki.wildberries.ru/brands/zara> (дата обращения 14.08.2012).

21. Общественное мнение – 2011. – М. : Левада-Центр, 2012. – 284 с.

22. Воронежский статистический ежегодник 2011 : Стат сб. / Воронежстат. – Воронеж, 2011. – 324 с.

23. См. : Паутова Л. Молодежная сегментация: опыт Фонда «Общественное мнение» / Л. Паутова // Пути Рос-

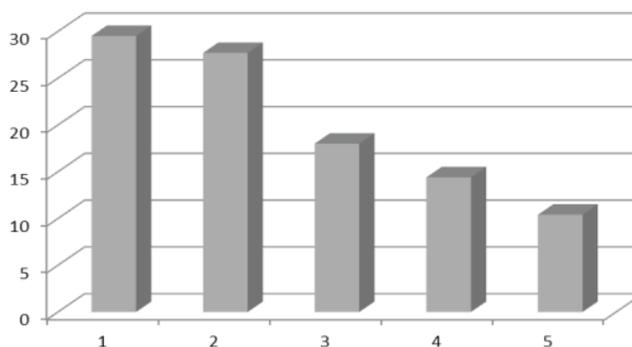
сии. Будущее как культура : Прогнозы, репрезентации, сценарии. – Т.ХУП. – М. : Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2011. – С.458-473. Данная схема применительно к части молодежи, а именно, к студенчеству, видо-изменяется, приобретая усеченный вид – «реальные пацаны» и «новые бедные» относятся к слабонересурсным группам, потому не входят в используемую нами классификацию.

24. См. : Blatterer H. The changing semantics of youth and adulthood / H. Blatterer // Cultural sociology. – 2010. – Vol.4. – №1. – P.63-79.

Таблица 1. Студенческие приоритеты при принятии решения о покупке, %

На что Вы обращаете внимание в первую очередь, делая покупки?	%
На внешний вид (этикетку, упаковку)	32,0
На то, что увидел в рекламе, нашел в каталоге	29,4
На то, что посоветовали друзья, знакомые	25,0
На бренд (известная марка)	13,5

Рис. 1. Виды рекламы, привлекающие внимание молодежи, %

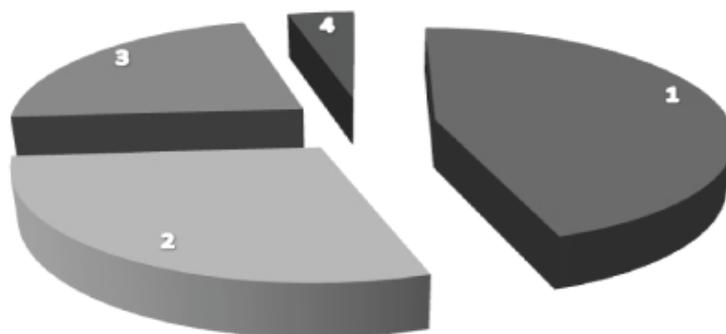


Телереклама – 29,5%
 Интернет-реклама – 27,7%
 Наружная реклама – 18%
 Печатная реклама – 14,4%
 Радиореклама – 10,4%

Таблица 2. Критерии выбора одежды воронежскими студентами, %

Ранг	Характеристика	%
1	Удобная, функциональная	50,6
	Подходящая под индивидуальный стиль	27,5
	Модная, красивая	15,6
2	Подходящая под индивидуальный стиль	25,2
	Модная красивая	19,4
	Удобная, функциональная	18,1
3	Соответствующая ближайшему окружению	20,6
	Представляющая известный бренд	19,4
	Удобная, функциональная	18,1

Рис. 2. Основания выбора одежды воронежскими студентами, %



Имиджевые характеристики – 44,7%
 Функциональность – 29,1%
 Индивидуальность – 21,9%
 Традиционность – 4,3%

Таблица 3. Качества эффективного бренда одежды в оценках воронежских студентов, %

Характеристики	%
Оптимальное соотношение цены и качества, надежность	41,7
Популярность, престижность	31,3
Ориентированность на молодежь, оригинальность, неординарность	21,3
Наличие представительства в сети (свой сайт)	5,7

Таблица 4. Представления студентов о брендах одежды, популярных среди молодежи, %

Ранговое место	Альтернатива	%
I	Zara	26,3
II	Adidas	22,4
III	New Yorker	13,0
IV	Mexx	11,6
V	Calvin Klein	9,8
VI	TBOË	7,0
VII	Dolce&Gabbana	5,3
VIII	Sela	4,6

Таблица 5. Отношение к бренду как к источнику жизненных установок студентов, %.

Суждение	Согласен %	Затрудняюсь ответить %	Не согласен %
Одежда человека – это отражение его жизненной позиции, интересов и увлечений	86,9	7,5	5,6
Шопингом увлекаются легкомысленные и недалекие люди	40,0	25	35,0
Известный бренд – символ престижа и высокого качества жизни	50,0	25	25,0
Мои друзья и знакомые пытаются выделиться за счет «брендовой» одежды	43,0	23,3	33,7
Не стоит обращать внимание на бренды, главное, чтобы одежда нравилась	71,9	15,6	12,5
Люди с общими интересами предпочитают примерно одни и те же бренды одежды	50,0	25	25,0
Бренд диктует стиль жизни	13,1	27,5	59,4

Таблица 6. Проективный вопрос: «Имея достаточное количество денег, я бы предпочел(ла) сначала их потратить на...», %

Категория ответов	%
Семью	37,6
«своих близких»; «помощь родителям»; «материальную помощь бабушке»; «решение семейных проблем»; «обеспечение родителей»; «помощь отцу и матери», «лечение матери»; «лечение бабушки»; «покупку лекарств бабушке»; «социальное благополучие семьи»; «подарки для семьи»; «оплату санатория папе и маме»	
Жилье, недвижимость	21,5
«покупку квартиры, дома»; «улучшение жилья»; «решение квартирного вопроса»; «маленькую квартиру»; «жилье для себя, детей и внуков моих сестер»; «покупку нового жилья маме»; «покупку частного дома за городом»; «ремонт в новой квартире»; «решение квартирного вопроса»	
Вещи, товары	14,0
«вещи, в которых нуждаюсь больше, чем в других»; «товары первой необходимости»; «креативные, но практичные вещи по умеренной цене»; «WTM351»; «технические новинки (телефон, плеер, планшет и т.д.)»; «покупку тренажера для семьи»; «туфли»; «двенадцатиструнную гитару»; «одежду»; «технику»; «нужные, даже скорее необходимые предметы»; «что-нибудь из дорогих вещей (одежду, технику)»	
Путешествия	8,3
«путешествие»; «поездки по миру»; «путешествие по миру»; «туристическую поездку»; «путешествие по Европе»	
Образование	7,0
«плату за обучение», «хорошее образование», «получение образования за границей», «обучение за рубежом», «свое обучение», «второе высшее образование», «учебу», «образование»	
Другое («автомобиль», «себя», «собственный бизнес», «увлечения», «отдых», «развлечения», «выгодные вложения (счет в банке)», «благотворительность»)	11,6

Таблица 7. Проективный вопрос: «Имея достаточное количество денег, я бы предпочел(ла) во вторую очередь потратить их на...», %

Категория ответов	%
Путешествия	28,4
«путешествия по миру»; «то, чтобы увидеть мир»; «на то, чтобы объездить весь мир»; «поездку за границу»; «поездку в Прагу»; «поездку в Германию»; «поездку в Рим»; «поездку в Берлин» «поездку в Европу»; «поездку в Италию»; «Поездку на Кубу»; «поездку в Китай»; «Отдых на Таиланде»; «путешествие в Европу и Азию»; «кругосветное путешествие»; «отдых у океана»; «тур по Европе для себя и мужа»	
Вещи, товары	25,7
«второстепенные вещи»; «излишки одежды и самые нужные товары»; «необходимые вещи»; «полезные вещи»; «одежду, обувь, аксессуары»; «приятные мелочи, такие как одежда, обувь, аксессуары»; «красивые вещи и косметику»; «брендовые вещи, если останутся финансовые возможности»; «мелочи»; «телефон, одежда»; «простую и удобную одежду, которая мне подходит»; «белье»; «тряпки»; «мебель»	
Отдых, развлечения	10,8
Себя	6,1
Семью	4,7
«помощь родственникам»; «помощь родителям»; «отдам родителям»; «семью»; «родных и близких»; «необходимые нужды моих родных»	
Жилье, недвижимость	4,0
«покупку квартиры»; «улучшение жилищных условий»; «недвижимость»; «покупка заграничного дома»; «благоустройство своего дома»; «дом в Европе»; «обустройство жилья»; «дачу»	
Хобби	4,0
«занятия музыкой»; «интересы, увлечения»; «свое увлечение»	
Статус	2,7
«создание своего имиджа»; «карьеру»; «внешний вид»; «качество жизни»; «повышение своего социального статуса»; «переезд жить за границу»	
Другое («комфорт»; «свое здоровье»; «все остальное»; «свадьбу»; «личные расходы»; «материальные блага»; «социальные блага»; «сохранение счета в банке»; «положила бы в банк на счет под хороший, высокий процент»; «погашение кредитов»; «переезд за границу»; «помощь детям»; «помощь друзьям»; «шопинг»; «разное»; «оформление визы»; «благотворительный фонд»)	13,6



Т. Лебедева

В дружбе с пером и кистью

К 70-летию со дня гибели писательницы

Елены Яковлевны Данько

Шла первая военная зима. В тыловой заснеженной Вологде тоже было беспокойно: один за другим шли на фронт эшелоны, в школьных зданиях разместились госпитали, городские дворы избороздили окопы, радио то и дело объявляло воздушную тревогу. Мы, ребятишки из детского сада, ходили на прогулки с противогАЗами. Часто собирали посылки на фронт: рисовали картинки, шили кисеты, обвязывали носовые платки, вышивали на них самолёты и танки с красными звёздами. Каждый день кто-нибудь приносил с собой в детский сад «Пионерскую правду». Как умели, по складам, мы читали рассказы ребят, вырвавшихся из фашистской неволи, о зверствах фашистов.

На музыкальных занятиях пели недетские песни: «Артиллеристы, точней прицел», «Смелого пуля боится», «Прощай, любимый город». Ленинград был у всех на устах. В осаждённом городе у многих остались родственники. Даже дети понимали смысл страшного слова «блокада». Я тоже знала, что там, в Ленинграде, остался мой дядя Миша, папин брат. И вдруг — о, чудо! — почта принесла мне затерявшуюся где-то довоенную бандероль. В ней оказалась книжка: нарядная, детская, с надписью на обложке: Е. Данько. Победённый Карабас.

Воспитательница читала нам её вслух несколько раз, давала рассматривать весёлые, выразительные рисунки Владимира Конашевича. Все вместе мы радовались тому, как ловко расправляются юные ленинградцы с пришельцами из Тарабарской страны (возможно, она ассоциировалась у нас с фашистской Германией, ведь жестокость и вероломство Карабаса и его приспешников очень напоминало нам то, о чём мы читали в «Пионерке»). Напоминала книжка и наше безоблачное довоенное детство — с конфетами, пирожными, сосисками и другой вкусной едой, с магазинами, полными игрушек, с фонтанами на площадях, с ярким светом, бьющим по вечерам из затемнённых окон. И не только напоминала, но своим оптимизмом вселяла надежду в то, что всё снова будет так, как было до войны, и даже ещё лучше.

Книжку зачитали до дыр, но я сохранила её для своих детей и внуков. Все не раз перечитывали «Золотой ключик» А.Толстого с продолжением Елены Данько. А для меня «Победённый Карабас» — до сих пор одна из самых любимых детских книжек. Я храню её как память о далёких днях своего военного детства, о дяде Мише, погибшем во время блокады, о Елене Яковлевне Данько, которую постигла та же судьба.

* * *

Елена Яковлевна Данько родилась в 1898 году в Москве, в интеллигентной семье. Её родители дружили с революционерами, разделяли их идеи. Хранение нелегальной литературы, ночные обыски, переживания за попавших в беду друзей — вот та атмосфера, в которой росла Лена и её старшая сестра Наташа. Мать девочек, Ольга Иосифовна Данько, сидела в тюрьме за содействие побегу большевика Б. Вигилёва. Отец, Яков Афанасьевич Данько, железнодорожник, четыре года отбывал ссылку в посёлке Верхоленинск, в Восточной Сибири. Он был двоюродным братом М.А. Ромася — героя автобиографической повести Горького «Мои университеты». Яков Афанасьевич и сам был дружен с Горьким. Когда судьба привела будущего писателя в Тифлис, где жила тогда семья Данько, он поселился у них, днём путешествовал по городу с маленькой Наташей на плечах, а вечерами учился у хозяина играть на скрипке.

Яков Афанасьевич был всесторонне одарённым человеком. Он хорошо рисовал, писал стихи и фелетоны. Ольга Иосифовна тоже была знатоком и ценителем живописи, поэзии, музыки. Любовь к искусству она старалась привить и дочерям. Обе девочки с раннего детства сочиняли стихи, хорошо лепили и рисовали. Впоследствии ваение и живопись станет главным делом их жизни. «Учение было моей страстью, — рассказывает Елена Яковлевна в автобиографии. — Окончив с золотой медалью гимназию Е.А. Крюгер в Киеве, я поступила там же в студию живописи А.А. Мурашко. В 1915 году переехала в Москву и училась живописи сначала у И.И. Машкова, потом у Г.И. Рерберга. В 1916 году мне пришлось поступить на канцелярскую службу в Земгор. Днём я работала, вечером училась в студии и слушала лекции по искусству и литературе, ночью читала и изучала языки»¹.

Природный талант, хорошая теоретическая и практическая подготовка дали возможность сёстрам Данько и после революции быстро найти своё место в жизни, творить в полную силу своего таланта. Наталья, которая к тому времени прошла школу не только русских, но и итальянских мастеров фарфора, становится руководителем скульптурного отдела Ломоносовского фарфорового завода. Вскоре к ней в Ленинград перебирается и Елена, поступает на завод художницей. В их маленькой квартирке на Шлиссельбургском тракте собираются музыканты, художники, поэты. Обсуждают происходящее в стране, читают только что написанные стихи. В стихах Елены начала

20-х — тревога и тоска. Тревога не за себя — за простых людей, умирающих от голода, теряющих человеческое достоинство.

*И последняя мысль о чуде
Мне открылась в раме окна.
Так сегодня многие люди
Смотрят в небо — не я одна.
А растущий гул Петрограда
Нам — постылая жизни весть.
Неужели, Господи, надо
Трепетать, молиться и есть?*

В блокнотах и письмах 1919—1922 годов масса горьких раздумий, не вошедших в стихи, оставшихся заготовками: «Всё на свете стоит дороже, лишь дуранда десять рублей», — поделился синегубый с рваным плечом: «Прежде смерти, чай, не помрём». Из письма Сергею Некрасову: В магазин случайных вещей привезли чугунную богородицу с младенцем. Не прошла в дверь.

*И к панели за ночь пристыла —
У стены покушника ждёт...
А у рваной тётки прохожей
Прослезились глаза и нос:
Это, видно, в помощь Поволжью —
Помоги и спаси, Христос!
Знать, выдала, под ветром колким
Матерей немало, как та —
Тоже чёрных, сгорбленных, только
Без коронки и без креста².*

Многие из стихов Данько этого периода сохранил историк литературы Е.Д. Пинес. Сегодня некоторые из них можно рассматривать как живые исторические документы, рассказывающие о настроениях тех лет:

*Узкий луч на льдине расколотой,
Резкий ветер апрельских дней...
В чистый вес серебра и золота
Превратили святыни церквей.
«Да не в радость древнему Зверю,
Да не вступим в смердящий склеп...»
Замолчи. Я знаю, я верю,
Что голодным выдадут хлеб.
А толпа весь день не расходится,
(Не устанут ноженьки ждать).
Проедим впоследствии Богородицу,
За гроши променяем Мать...
Там за дверью — весят и меряют,
Здесь — старуха воет с тоски,
От тяжёлой запертой двери
Отпугнули ребят штыки.
А над нами небо всё чище,
Беспечален солнечный свет.
Для весны весёлой и нищей
Непрощённых грешников нет³.*

Иногда в стихах появляется надежда на лучшее: народные страдания не должны продолжаться вечно. Гражданская война кончилась, уцелевшие мужчины вернулись домой. Мирная жизнь понемногу налаживается и в городе, и в деревне...

*Оттого ли травы росистые
И лучисты звёзды лампадок,
Оттого ли в небе пречистая
Небывалая радость радуг,*

*Что достигла храмины Божьей,
Не бескрыла наша мольба,
Ты послушай — в дальнем Поволжье
Яровые всходят хлеба!
И не смогут силы зелёной
Ни гроза, ни град побороть.
Там с земли пустой и сожжённой
Приподнял проклятье Господь⁴.*

Размышления над событиями недавней истории и их обсуждения в кругу близких по духу людей привели дочь вчерашних революционеров к неожиданному, казалось бы, выводу:

*Великих лет великие обманы
Простили мы и Богу, и себе,
И яд брошюр о классовой борьбе
Сменил нам вольный смех Аристофана⁵.*

В начале 20-х круг её общения — Ольга Форш, Анна Ахматова. С Форш они ведут долгие разговоры на исторические темы, с Ахматовой обмениваются стихами. В тетрадках со стихами Ахматовой вдруг оказываются совершенно неизвестные. Контекст подсказывает: Данько!

*Татарчонок в шапке косматой.
(Вот один. А ехали нять).
На рукав цветные заплаты
Перед смертью пришила мать.
«Не подох. Посильней немного».
Улыбнулся на скулах круг,
А из глаз поглядела строго
Безнадёжная мудрость мук.
Ах, какого неба алмазы
Окупили скорби земле б?
Ты куда глядишь, темноглазый,
Аль докучен мой чёрный хлеб?
Да не слышит, замолк, не оглянется,
Да не солнце рвёт облака —
Вот к фарфоровой кукле тянется,
Дотянулась жадно рука.
Чтоб ласкать да бережно гладить,
Наглядеться на белую вещь...
И никак ему не наладить
И улыбку, и вздох, и речь.
Эта светлая мудрость Господня
Так чудесно меняет взор.
Небывалой любви сегодня
Удостоился мой фарфор⁶.*

Работа радовала. Разговоры о ней продолжались и дома. Сёстры жили мирно и дружно, но любили поспорить. Наталье, скульптору, нравился белый фарфор, Елене, художнице, — расписной, напоминающий своей расцветкой народные глиняные игрушки. «Роспись наделяет фарфорового человечка взглядом внимательным или дерзким, грустным или весёлым», — убеждает она сестру и расписывает её фарфоровые миниатюры: украшает розовыми оборками и кистями платье Зинаиды Райх в образе «Дамы с камелиями», прикрывает наготу дореволюционной «Турчанки из гарема» (нерасписанного «белья» на складах завода оставалось предостаточно) лёгкой кофточкой, бусами и цветастыми синими шароварами, кладёт ей на колени газету, где среди арабской вязи красуется

серп и молот. Теперь «Турчанка» называется «Освобождённый Восток».

В начале 20-х художественным руководителем завода становится Сергей Чехонин, роль которого в истории отечественного фарфора трудно переоценить. «Он заложил принципиальные основы будущей петербургской школы, её величайший графический профессионализм. Будучи сам, в первую очередь, приверженцем мирискуснических представлений, он тем не менее был открыт всем новейшим авангардным течениям, в том числе супрематизму, и помог сохранить обе традиции в отечественном фарфоре»⁷. Огромные запасы нерасписанного фарфора, оставшиеся от дореволюционных лет, помогли работникам завода выжить в трудные послереволюционные годы. Молодые художники, расписывая тарелки, вплетали хрупкие колоски в аббревиатуру «РСФСР», окружали портреты солдат и матросов революционными лозунгами. Елена Данько в это время расписывает скульптуру сестры «Рабочий» (герой стоит на части земного шара, окрашенной в красный цвет), вместе с художником В. Тиморевым создаёт композицию «Рабочая карточка» (в центре большая тарелка с изображением продуктовой карточки и лозунгом «Кто не работает, тот не ест», по бокам – три фигурки неработающих дам, одна из которых цыганка-гадалка). В 1920 году русский «революционный фарфор» по инициативе М. Горького был включён в экспозицию международной выставки в Риге, после чего он начал триумфальное шествие по всей Европе: Гельсинфорс, Берлин, Лондон, Лион, Стокгольм, Париж. «И везде был успех, награды, блестящие рецензии, предложение новых выставок и контрактов»⁸.

На «фарфоровом Парнасе первых послереволюционных лет»⁹ сёстры Данько занимают видные позиции. Как утверждают специалисты, Наталья Данько по характеру таланта была «чистосердечным наблюдателем жизни, и её скульптура – цветок, прекрасный не своей мощью, не внешней красотой, но тем, что он вырос в то время, когда другие цветы не вынесли напряжённости атмосферы, зачахли и сломались»¹⁰. Утверждая, что лучшее в творчестве этого мастера было создано именно в 20-е годы, когда ей удалось воскресить и продолжить традиции русской фарфоровой пластики, утраченные к тому времени на заводе, исследователи добавляют: «Практически весь фарфор Данько тех лет, удачно балансирующий на грани символа, аллегии и рассказа, расписывался её сестрой – Еленой Данько, и этот творческий союз оказался на редкость плодотворным. Их живая, насыщенная цветом скульптура – пролетарии, красноармейцы и обыватели составили своеобразную фарфоровую “панель революции”»¹¹. «Росписи Елены Данько всегда органично и естественно связаны с пластической формой, подчёркивают её и способствуют раскрытию содержания скульптуры»¹². Их «Матросы со знаменем», «Кличи с Востока», «Работницы, вышивающие знамя», «Грузчики», «Строители» и сейчас украшают стенды многих музеев страны, мира, частных коллекций. Революционный фарфор по-прежнему популярен.

Свободное время сёстры посвящают театру. Под

впечатлением увиденных в то время спектаклей рождаются скульптурные портреты солистки балета Большого театра Фёдоровой, танцовщика Нижинского в балете «Призрак розы» и целые скульптурные композиции: «Артисты Ленинградского театра комедии в спектакле Шекспира «Двенадцатая ночь», «Гирей, Зарема и Мария из «Бахчисарайского фонтана».

Ближайшим другом сестёр Данько была в то время Любовь Васильевна Шапорина – руководитель агитационного кукольного театра. По её желанию Елена начинает писать небольшие детские пьески: «Красная шапочка», «Сказка о Емеле-дураке», «Пряничный домик». В 1925 году выходят и её первые книжки для самых маленьких. Первая называлась «Настоящий пионер». Стихи о том, как мальчик Петя, рискуя жизнью, спас малыша во время наводнения, сопровождаются тонко прорисованными, динамичными рисунками Бориса Кустодиева с немой сценой в конце: мама с тревогой встречает промокшего сына, привезённого к крыльцу на лодке: «Где ты плавал, мой сынок?»

*Покраснев и в угол глядя,
Пионер в ответ молчал,
За него высокий дядя
Маме тихо отвечал:
«Он ребёнка спас от смерти,
Взрослым людям дал пример,
Смелый Петя ваш, поверьте,
Настоящий пионер»¹³.*

В том же году выходит стихотворная повесть для ребят постарше – «Иоганн Гутенберг». Она начинается стихотворным репортажем о выпуске в ушедшем городе утренней газеты (рисунки В. Тронова, напоминающие газетные иллюстрации, помогают юным читателям понять, о чём идёт речь), а дальше следует рассказ, с чего начиналось книгопечатание, как упорно трудился Гутенберг,

*Чтобы строчка выходила
На листе в единый миг,
Чтоб легко и просто было
Напечатать много книг»¹⁴,*

как обходили стороной его типографию бюргеры, утверждавшие: «Это стук нечистой силы в мастерской у колдуна», как даже посол Папы Римского утверждал:

*Это дело против Бога,
На утеху сатане.
Вольных книжек слишком много
Развелось по всей стране»¹⁵.*

Работать над историческими темами ей было интереснее, чем над случайными, подсказанными прессой, особенно если это хорошо известная история фарфора. Так появились книжки «Ваза богдыхана», «Фарфоровая чашечка». Это было только начало творческого пути в литературе, но уже чётко наметились темы дальнейших творческих исканий: история науки, искусства, театра.

Самуил Яковлевич Маршак на Первом Съезде писателей призывал коллег «дать детям исторические документы – летописи, хроники, записки, – с новыми комментариями. Но только надо помнить, что

комментарий – это не унылые и обязательные примечания редакции, а подлинный голос нашего времени... Отбирая материал для создания исторической библиотеки, мы должны учесть, что у каждой эпохи были свои сюжеты, свои любимые герои. Мы тоже должны облюбовать своих героев, находя их на самых различных страницах истории. Нам нечего бояться далёких эпох. Смотрите, с каким интересом спрашивают ребята в переписке с Горьким о строителях пирамид, о финикийских моряках, о средневековых учёных, которых сжигала инквизиция»¹⁶.

Маршак посоветовал молодой писательнице создать для детей научно-художественную повесть об истории фарфора. К этому заданию Елена Яковлева отнеслась очень серьёзно. «Всё, о чём рассказано в этой книге, было на самом деле. О жизни китайцев XVIII века я узнала из трудов английских и китайских учёных. Я читала письма д'Антреколя к отцу Орри, в которых он описал Кин-те-чен и фарфоровые фабрики. Но хитрый монах не рассказал своему начальнику, как ему удалось выведать подробности о выделке фарфора, проникнуть к печам и подсмотреть обжиг. Мне пришлось рассказывать за него.

Для того, чтобы написать эту книгу, нужно было прочесть уйму книг на четырёх языках – о монахах, о рыцарях, об алхимиках, о китайцах и русских царицах; нужно было порасспросить многих людей, нужно было автору самому многое видеть и поработать на фарфоровом заводе, и побродить по Шлиссельбургскому тракту, отыскивая следы старины и думая о прошлых временах»¹⁷. Так она сама рассказывает о своём труде в послесловии к книге.

В 1929 году повесть впервые увидела свет. Раскрыв её страницы, юные читатели попадали в пёстрый мир средневекового восточного базара, где «немало было товаров – резная слоновая кость, бронзовые кувшины, золотые запястья с бирюзой и жемчугом, но больше всего дивились европейцы белой посуде, привезённой на верблюдах с другого края света – из далёкого Китая, через пустыни, горы и огромные азиатские реки. Эта посуда была белая, блестящая и звенела, как металл.

– Что это такое? – спрашивали европейцы, желая знать, из чего она сделана.

– Яо, – повторял торговец, полузакрыв тёмные веки, и чашка, задетая длинным ногтем, чисто звенела «я-а-о»¹⁸.

Интересно рассказано в книге о попытках монаха ордена иезуитов д'Антреколя выведать секрет китайского фарфора, о муках талантливого юноши Иоганна Бётгера, от которого требовали, чтобы он научился искусственно создавать золото; о том, как в России заинтересовался свойствами фарфора молодой Ломоносов и как его друг Виноградов искал состав фарфоровой массы. В результате «фабрика стала делать большие вазы, блюда и тарелки. Царица могла гордиться. Русский фарфор был не хуже китайского и саксонского... Царица Елизавета награждала барона Черкасова орденами. О Виноградове вспоминали только тогда, когда надо было исполнить какой-нибудь сложный заказ. Ему забывали платить жалава-

ние. Иногда целая треть его жалования удерживалась кабинетом её величества»¹⁹.

На протяжении всего повествования автор подчёркивает, какой трудной во все времена была жизнь рабочих – изготовителей фарфора. Описания их бедных жилищ и скудных трапез перемежаются с живыми картинками подневольного труда: китайский рабочий нечаянно разбил вазу, и «манدارин пришёл в бешенство. Он выхватил свой маленький кинжал и бросился к бедному, дрожащему рабочему.

– Я убью тебя, мошенник, негодяй, разиня! – кричал он. – Я продам твоих детей в рабство! Ты мне заплатишь за эту вазу!

Вежливый мандарин стал похож на разъярённого быка. Живописец валялся в пыли, обнимая его ноги»²⁰.

Рабочие императорских фарфоровых заводов России тоже не походили на пляшущих и играющих на дудках румяных, красивых и нарядных крестьян, которых им приходилось рисовать на парадных сервизах с царскими вензелями. Подчёркивая это, автор пользуется методом контраста: «Эту табакерку заказала Елизавета, когда родился её внук. Она наполнила табакерку червонцами и подарила её матери своего наследника в награду за то, что родился сын, а не дочь. Розовый ребёнок – будущий император Павел Первый... Живописец-ювелир Чёрный расписал эту драгоценную безделушку. Может быть, он стоял и скрипел зубами, рисуя розового ангелочка. Железо цепи натирало ему шею»²¹.

Обобщая подобные примеры, автор делает вывод: «Вся Россия была под кнутом, на цепи, под вечной угрозой пытки»²². Эта открытая тенденциозность повести нравилась далеко не всем, но писательница считала своим долгом показать юным читателям жизнь народа в разные исторические времена. Пройдёт пять лет, и Самуил Яковлевич Маршак на Первом Всесоюзном писательском съезде назовёт Е.Я. Данько в ряду самых талантливых детских писателей, работающих над историческими темами: «Елене Данько, Георгию Шторму, Александру Слонимскому, Сергею Григорьеву и всякому талантливому и добросовестному автору нашего времени приходится заново собирать свой материал для того, чтобы по-новому осмыслить историю... чтобы дать картину эпохи, верную исторической правде»²³.

Параллельно с «Китайским секретом» она пишет книгу об истории Ломоносовского фарфорового завода. Идея создания монументальной «Истории фабрик и заводов» принадлежала Максиму Горькому. Побывав на Ломоносовском заводе, он поручил было написать его историю давней знакомой по Тифлису Наталье Данько, но она ответила, что младшая сестра более компетентна в этом вопросе. Первую часть этой большой работы Горький успел отредактировать за несколько недель до смерти. А между тем Маршак напоминает, что тоже ждёт от неё новых книг. Главная тема уже высветилась – история культуры, и материал знакомый – кукольный театр. С 1918 года в петроградских коммунальных театрах выступал актёр-любитель Евгений Деммени. В 1924 году он основал и возгла-

вил при Ленинградском ТЮЗе театр кукол-петрушек. В 1930 году он был объединён с театром марионеток и стал называться Ленинградским кукольным театром. Но ещё до объединения Е.С. Деммени поставил в своём театре кукольный спектакль «Гулливер в стране лилипутов» в инсценировке Елены Данько. Куклы увлекли её. Она задумывает повесть о средневековом театре марионеток.

В это время в жизни сестёр Данько наблюдается новый пик увлечения театром. Они проводят на оперных, балетных, драматических спектаклях едва ли не все свободные вечера. В мастерской Натальи Яковлевны создаются скульптурные портреты артистки и общественной деятельницы Екатерины Корчагиной-Александровской и балерины Анны Павловой в роли сенсансовского «Лебеда», в детских театрах страны с успехом идёт инсценированный младшей сестрой «Гулливер». В 1931 году выходит её повесть «Деревянные актёры».

Это книга о куклах трёх европейских стран: любимце итальянской детворы Пульчинелле, завсегдатае ярмарок в городах средневековой Германии Кашперле и друге французского народа, озорном Полишинеле. И не только о куклах, но и о людях, которые их делают, о спектаклях кукольных театров, о том, как работают кукольники. Книжка понравилась детворе и заслужила высокую оценку критиков. А. Бармин писал: «По очевидному замыслу автора в центре повести должны быть деревянные куклы: их история, их техника, их использование. А материал психологический и историко-бытовой привлечён как вспомогательный, на правах клея для объединения сведений о кукольных театрах разных народов. Подобный замысел подчёркнут и иллюстрациями, изготовленными для пояснения техники, а не для раскрытия образов людей. К счастью, персонажи повести оказались непослушными, зажили своей жизнью и далеко увели автора от жанра монографии о театре марионеток».

Повесть Данько очень насыщена образовательным материалом. Юный читатель приобретает из неё уйму исторических и географических сведений. Однако, увлекательный, отчётливый сюжет и прозрачно-чистый язык повествования позволяют юному читателю без напряжения усвоить большое количество новых понятий. Вернее, такое напряжение всё же потребуется, — книга Данько не для бездумного, развлекательного чтения, — но это будет радостное напряжение, как радостен и лёгок всякий интересный, осмысленный труд...

И не так много в нашей детской литературе книг, которые в этом отношении можно было бы поставить рядом с повестью Данько²⁴.

И снова работа. Днём — на заводе, в художественной мастерской, вечером — над будущими книгами. Газеты писали о новых заводах и электростанциях, об освоении воздушного пространства и высоких широт, о рекордах стахановцев и строительстве московского метро. Невозможно было остаться в стороне от этих событий. И сёстры Данько разрабатывают новые скульптурные композиции, в которых с документальной точностью воспроизводится происходящее в стране: «Папанинцы

на льдине», «Активисты», «Ликбез по радио», «Колхозный молодняк», «Обсуждение проекта конституции в узбекском ауле». Скульптурными группами «Валенсиянская вдова» Лопе де Вега и «Тень» Шварца пополняется театральная серия работ сестёр Данько.

В 1936 году Наталье Яковлевне поручают оформление центрального перронного зала станции метро «Площадь Свердлова». Тема будущих барельефов — искусство — близка ей, и она берётся за работу с радостью. Елена Яковлевна заканчивает в это время книгу «Художественный фарфор завода имени Ломоносова за 20 лет», по заказу Детгиза пишет книгу о Вольтере. «Биография этого борца за свободу разума, этого антифашиста XVIII века меня глубоко волнует», — пишет она в автобиографии. Противостояние фашизму — задача дня всех народов Европы. Россияне читают и обсуждают книгу «Болотные солдаты» немецкого актёра и режиссёра Вольфганга Лангхоффа, сумевшего вырваться из фашистского концлагеря и эмигрировать в Швейцарию. Всех волнует борьба с фашизмом в Испании. Елене Данько тоже хочется писать о сегодняшнем дне, о том, что нашей стране есть что защищать от фашизма, пусть это даже будет сказка для самых маленьких читателей или зрителей. Идею подал Алексей Толстой, увлечённый в это время сбором и изданием русских народных сказок. В беседах с писателями он не раз утверждал, что у нас обязательно должны быть «современные сказки, с советской тематикой»²⁵. И свою пьесу, написанную в 1938 году по «Золотому ключику», он не случайно закончил приездом Буратино и его друзей в СССР. Эта идея понравилась Елене Данько. Убедившись, что Толстой не собирается писать продолжение «Золотого ключика», она решает это делать сама. По существу, Толстой даже благословил её на этот шаг, «доставив» кукол Папы Карло в нашу страну. Данько оставалось только рассказать подробно, как это происходило.

Кукольная комедия в четырёх действиях с прологом «Буратино у нас в гостях» была готова в 1939 году. В прологе куклы ищут врача для заболевшего папы Карло, но в их стране врачи не лечат бесплатно. Первое действие начинается с получения телеграммы от Мальвины: «Еду Ленинград испанскими пионерами. Пионеры говорят: в Ленинграде врачи лечат бесплатно всех, кто работает. Привезу доктора папе Карло»²⁶. Буратино и Пьеро улетают туда же на игрушечном серебряном самолётике. Карабас находит телеграмму Мальвины и мчится следом. Такой поворот событий в сказке на современную тему не казался удивительным. Корабли с детьми испанских патриотов шли к советским берегам постоянно. Для юных испанцев создавались специальные детские дома, но большинство детей россияне разбирали в семьи. Об этом много писали в прессе, Данько наверняка читала такие материалы. Она следила за тем, что происходит в стране, и ей многое нравилось: бесплатные обучение и медицина, забота о старых и маленьких. Именно об этих качествах жизни в стране и стоило, по мнению Данько, рассказать юным зрителям. Из уст деревянных актёров, да ещё прибывших издалека, это звучало убедительнее.

Буратино: Какой красивый дворец! Тут верно сам король живёт?

Майя: Ха-ха-ха! У нас никаких королей нет! Это наша новая школа. Я в ней учусь.

Буратино: Ты учишься во дворце? Ты верно очень богатая?

Майя: Богатая? Мой папа работает слесарем на заводе. Мы все равны²⁷.

Тема социального равенства как основного завоевания социализма — одна из главных в пьесе. Это удивляет и радует положительных героев — деревянных актёров — и раздражает тех, кто привык извлекать выгоду из неравенства.

Милицонер: А в вашей стране позволено толкать детей, толкать так, чтобы они падали и расшибались?

Карабас (осмелев): Это смотря по тому, чьи дети. Богатых, конечно, нельзя, за это посадят в тюрьму, а бедных можно, сколько угодно. Если эта девочка — дочь банкира или фабриканта, я готов извиниться²⁸.

Автору хотелось показать лучшие черты наших людей: интернационализм, гуманность, культуру общения. Интересно, что взрослые в её пьесе порой чересчур доверчивы и поначалу проявляют сочувствие к иностранцам — Карабасу и Лисе, но начитанные школьники быстро их узнают и разоблачают их коварные замыслы. В пьесе все они читали книжку про Карабаса, очевидно, имеется в виду «Золотой ключик» Алексея Толстого. Елене Яковлевне и самой хочется написать книжку, развернув в ней сюжет пьесы. Маленькие герои жили в её фантазии, подсказывали новые сцены, детали, образы. Страна, откуда куклы приехали в Ленинград, в книжке стала не просто страной, в которой правят богатеи, а обобщённым образом, символом тёмного царства — фашизма. Данько назвала её Тарабарской страной. Лиса объявляет Буратино «поджигателем и злодеем», и читатели вспоминают суд над «поджигателями Рейхстага» в фашистской Германии. Развёрнутая по сравнению с пьесой сцена отъезда детей в СССР напоминает о спасении от фашистов детей испанских республиканцев: «У пристани стоял пароход с красным флагом на мачте. Чёрный дым валил из его трубы. Чайки, сверкая крыльями, носились над водой...

Солнце садилось за гору. На берегу было тихо. Вдруг вдалеке из-за прибрежной скалы показались дети — много детей. Они шли друг за дружкой с узелками в руках. Странно было на них смотреть! Ведь ребяташки в Тарабарской стране или прятались в развалинах, или бродили одичалые по пустырям бестолку, без цели! А эти шли деловым шагом, и у каждого на шее был яркий, красный галстук²⁹.

Основной конфликт сказки был социальным: новый мир борется с миром старым — жадным, жестоким и злым. Свет и тени распределены автором предельно чётко. Данько не пытается скрыть свои симпатии и антипатии, наоборот, призывает маленьких читателей активно сочувствовать, негодовать, протестовать вместе с ней.

Сказочный приём узнавания-неузнавания, опробованный в пьесе, в повести Данько использует очень широко. Нередко он является и средством цементирования сюжета, и источником юмора: если дети сразу узнают врагов Буратино и активно выступают против них, то взрослые часто попадают впросак, сочувствуя Карабасу и Алисе и даже пытаясь им помочь. Но каждый такой фрагмент даёт юным читателям материал для сопоставления: грубость, невоспитанность Карабаса противопоставит дружелюбию, внутренней культуре, спокойной гордости ленинградцев. Характерна, например, такая сцена: Майя просит продавщицу ларька с игрушками бабушку Дуню похоронить Пьеро и Буратино до следующего утра, но утром в ларёк является Карабас и просит продать ему кукол. Бабушка Дуня терпеливо объясняет, что эти куклы не продаются.

— Да я у тебя весь товар куплю! Всё, что есть в ларьке! Только отдай мне этих мальчишек! — заорал Карабас.

Но бабушка Дуня усмехнулась.

— Зачем это вам весь товар? Для спекуляции, что ли?

— Не твоё дело, старая ведьма! Захочу — всё куплю, что пожелаю! И тебя куплю вместе с твоими дурацкими игрушками! Узнаешь тогда, кто я такой!

— Ну уж нет! — ответила бабушка Дуня. — Кто вы ни на есть, хоть самый большой богач на свете, а меня не купите! Да у нас таким крикунам вообще ничего не продают!

Она сняла с полки хорошенький плакатик и показала его Карабасу.

— Видите, что здесь написано? «Требуя вежливости от продавца, сам будь вежлив с ним»³⁰.

Эффект противопоставления двух миров хорошо достигается и с помощью замечательных рисунков В. Конашевича, который сумел живо передать характеры всех героев сказки.

«Побеждённый Карабас» вышел из печати весной 1941 года. Критика отнеслась к нему менее приветливо, чем к «Китайскому секрету» и «Деревянными актёрам». Основная претензия была предъявлена самому замыслу сказки: зачем переносить «заморских» героев в нашу действительность? Как будто не было подобных переносов раньше, хотя бы «Мистера Твистера» Маршака, часто звучавшего в детских радиопередачах, как будто не было остроконфликтных сказок Маяковского и его признания: «Моя цель — внушить детям самые элементарные общественные понятия». Наконец, разве не было весёлого предложения Алексея Толстого продолжить его сказку? А может быть, критики не знали, чем закончилась его пьеса о Буратино?

Впрочем, от критиков заодно досталось и Алексею Толстому. Вера Смирнова в «Литературной газете» заявила, что хотя преемственность идей, замыслов и художественной техники в литературе — один из самых интересных вопросов литературоведения, случается, что «большая река истощается, терется в песках, превращается в едва заметный ручеёк и, наконец, совсем высыхает»³¹. По такой убывающей линии идёт, по мнению критика, «трилогия о Буратино», начиная

со сказки Карло Коллоди «Приключения Пиноккио, история марионетки». Смирнова назвала сказку Коллоди жестокой и невесёлой книгой о том, что, «чтобы стать человеком, надо пройти через тысячи больших и малых испытаний»³². Книжка Толстого, по её мнению, «выиграла в стремительности, но ирония не оставила места для большой утверждающей мысли. Старинная итальянская деревянная кукла приобрела какие-то местные черты российского Тома Сойера, живого озорника-мальчишки, у которого речь изобилует весьма знакомыми современным нашим школьникам выражениями. Книга Толстого — откровенная весёлая пародия — для автора и для тех, кто читал «Пиноккио», для прочих — просто смешные занимательные приключения»³³.

Но ведь Алексей Толстой не собирался ни пересказывать сказку Коллоди, ни писать пародию на неё, тем более, что подлинник мало кому был известен. В предисловии к «Золотому ключику» об этом предельно чётко сказано: «Когда я был маленький, — очень, очень давно, я читал книжку: она называлась «Пиноккио, или похождения деревянной куклы» (деревянная кукла по-итальянски — буратино). Я часто рассказывал моим товарищам, девочкам и мальчикам, занимательные приключения Буратино. Но так как книжка потерялась, то я рассказывал каждый раз по-разному, выдумывал такие похождения, каких в книге совсем и не было. Теперь, через много лет, я припомнил моего старого друга Буратино и надумал рассказать вам, девочки и мальчики, необычайную историю про этого деревянного человечка»³⁴. Ни о какой «высокой идее» преобразования куклы в человека у Толстого и мысли не было. Задумывалась и была воплощена в жизнь сказка про деревянных человечков, которые выступают в театре, дружат, попадают в сложные ситуации, каким-то образом из них выбираются... Критик Е. Привалова пишет: «В пьесе «Золотой ключик» (пост. в 1938 г.) социальная тема звучит ещё значительнее. Тема протеста против насилия становится основной. В сказке Золотой ключик отпирает запертую дверь и тем самым даёт куклам возможность открыть театр, независимый от власти Карабаса». Пьеса же заканчивается отъездом героев в счастливую страну СССР»³⁵. Данько, продолжая сказку, не изменила характеров персонажей, изменила только среду обитания и объяснила обстоятельства перемены этой среды — по Толстому.

Вера Смирнова не почувствовала этой преемственности, книжка Данько показалась ей слишком «идеологически выдержанной», не понравились детали: сонная буфетчица («как на дореволюционной станции»), Артемон, покупающий бутерброды, торт из чайных роз. Не понравились герои (слишком похожи на героев Толстого, то есть сами на себя!), особенно Карабас, «более деревянный, чем его куклы, и совсем не страшный» (Так ведь Мистер Твистер у Маршака, попав в иные условия, тоже изменился до неузнаваемости!). В итоге — довольно голословный вывод: «Эта сказка не смогла ничего преобразить, ничего не осветила, никаких чудес не открыла, ничем новым не порадовала... Нет здесь ни большой мысли

и фантастики Коллоди, ни озорной иронии Толстого, ни современной сказки — только прилежная и привычная работа литератора»³⁶. Пройдёт время, и другой критик скажет о «трилогии» совершенно иные слова, чётко обозначив преемственность и новизну в каждом сюжете: «В «Пиноккио» в основу сюжета положен психологический конфликт: борьба феи за исправление Пиноккио. У Толстого конфликт социальный: борьба угнетённых кукол за освобождение от жадного, жестокого и злого хозяина. Данько углубляет конфликт. Это борьба старого мира с новым, жестокости — с добротой»³⁷.

А книжка жила. Она нравилась детям, а это для автора было главным. Елена Яковлевна много времени проводит в архивах. Находит новые документы о Ломоносове, об участии Г.Р. Державина в работе фарфорового завода, пишет для академического издания статью «Изобразительное искусство в поэзии Державина», продолжает работу над историческими повестями и признаётся: «Каждый день открывает передо мной возможности всё более интересной, всё более радостной творческой работы. Жалеешь, что у тебя только одна голова и только две руки, и страстно хочешь, чтобы твоя работа была сделана хорошо, правдиво и была бы достойна нашей великой эпохи»³⁸.

На заводе из-под её кисти выходят герои «Витязя в тигровой шкуре» Руставели и лермонтовского «Демона». Наталья Яковлевна начинает лепить бюст Блока. К тому времени её талант становится общепризнанным. Народный художник СССР, академик И.Э. Грабарь даёт её творчеству такую оценку: «Её фигурки — все эти с виду пустячки, безделушки и игрушки — являются произведениями подлинной скульптуры, не только не уступающими иным трёхметровым скульптурным громадам, но решительно, безоговорочно их превосходящими в смысле чисто практическом»³⁹.

И вдруг война. Завод, с которым сёстры связали всю свою жизнь, эвакуируется в глубокий тыл и начинает выпускать продукцию для фронта. А город, в котором прошла большая часть их жизни, такой богатой радостями творчества, готовится к обороне. Сёстры остаются в Ленинграде и мужественно переносят тяжести первой блокадной зимы. Евгений Шварц рассказывает в дневнике того времени: «Однажды днём зашёл я по какому-то делу в длинный сводчатый подвал бомбоубежища. Пыльные лампочки, похожие на угольные, едва разгоняли темноту. И в полумраке беседовали тихо Ахматова и Данько, обе высокие, каждая по-своему внечеловеческие. Анна Андреевна — королева, Елена Яковлевна — алхимик. И возле них сидела чёрная кошка. Пустое бомбоубежище, день, и в креслах высокие чёрные женщины, а рядом чёрная кошка. Это единственное за время блокады небудничное ощущение»⁴⁰.

В феврале 1942 года сёстрам удаётся вырваться из блокады, но слишком поздно. По дороге в Ирбит, куда был эвакуирован Ломоносовский завод, умирают Ольга Иосифовна и Елена Яковлевна. Наталья Яковлевна всё же доберётся до Ирбита, но у ослабленного блокадой организма уже не хватит сил бороться с го-

рем утрат, с болезнью, и 18 марта товарищи проводят её в последний путь.

С тех пор прошло семьдесят лет, но память о сёстрах Данько жива. В залах художественных музеев хранятся их скульптурные композиции, а в благоговейной тишине библиотек — книги.

г. Воронеж

Примечания:

1. Данько Е.Я. Автобиография. — Детская литература. — 1937. — № 21. — С. 71.
2. Данько Е.Я. Наброски стихов // РГАЛИ. Фонд 391. Опись 1, ед. хр. 153.
3. РГАЛИ. Фонд 391. Опись 1, ед. хр. 153.
4. Там же.
5. Там же.
6. РГАЛИ. Фонд 391. Опись 1, ед. хр. 153.
7. Габриэль Г. Социалистическая утопия в петербургском фарфоре // Наше наследие. — 1999. — № 49. — С.112.
8. Там же. — С. 114.
9. Соснина О. Пролетарский фарфор // Наше наследие. — 1991. — № 24. — С. 134.
10. Фармаковский М. Русский фарфор // Русский фарфор / Под ред. Э. Голлербаха и М. Фармаковского. — Л., 1924. — С. 109.
11. Габриэль Г. Социалистическая утопия в петербургском фарфоре // Наше наследие. — 1999. — № 49. — С.114.
12. Эбин Ю. Наталья Яковлевна Данько. — М. : Искусство, 1955. — С. 19.
13. Данько Е.Я. Настоящий пионер. — Л. : Госиздат, 1925. — С. 14.
14. Данько Е.Я. Иоганн Гуттенберг. — М.-Л. : Радуга, 1925. — С. 13.
15. Там же. — С. 23.
16. Маршак С.Я. О большой литературе для маленьких // Собр. соч. в восьми томах. Том 6. — М. : Худ. литература, 1971. — С. 241.
17. Данько Е.Я. Китайский секрет. — Л. : Детиздат, 1941. — С. 192-193.
18. Там же. — С. 5.
19. Там же. — С. 142.
20. Данько Е.Я. Китайский секрет. — Л. : Детиздат, 1941. — С. 128.
21. Там же. — С. 142.
22. Там же. — С. 143.
23. Маршак С.Я. О большой литературе для маленьких // Собр. соч. в восьми томах. Том 6. М. : Худ. литература, 1971. — С. 213.
24. Бармин А. Деревянные актёры // Звезда. — 1941. — № 1. — С. 161.
25. Толстой А.Н. Письмо в Детиздат // Собр. соч. в десяти томах. Том 10. — М. : ГИХЛ, 1961. — С. 388.
26. Данько Е.Я. Буратино у нас в гостях. Стеклографическое издание. — М. : Искусство, 1939. — С. 18.
27. Данько Е.Я. Буратино у нас в гостях. — М. : Искусство, 1939. — С. 25.
28. Там же. — С. 36.
29. Данько Е.Я. Победённый Карабас. — Л. : Детиздат, 1941. — С. 28-29.
30. Данько Е.Я. Победённый Карабас. — Л. : Детиздат, 1941. — С. 110.
31. Смирнова В.В. У высохшего русла // Литературная газета. — 1941. — 25 мая. — С. 3.
32. Там же.
33. Там же.
34. Толстой А.Н. Золотой ключик, или приключения Буратино. — М.-Л. : Детгиз, 1953. — С. 3.
35. Привалова Е. А.Н.Толстой — детям // Вопросы детской литературы — М.-Л., 1953. — С. 46.
36. Смирнова В.В. У высохшего русла // Литературная газета. — 1941. — 25 мая. — С. 3.
37. Привалова Е. Указ. соч. — С. 45.
38. Данько Е.Я. Автобиография // Детская литература. — 1937. — № 21. — С. 71.
39. Цит. по: Овчинников Ю. Скульптор в красном халате. — М. : Сов. художник, 1965. — С. 3.
40. Шварц Е.Л. Живу беспокойно. Из дневников. — Л. : Сов. писатель, 1990. — С. 656.



Регулирование рекламной деятельности: конкурентный аспект

Под таким названием в издательстве Воронежского государственного университета вышла монография доцента факультета журналистики ВГУ В.Г. Попова (научный редактор – к.э.н., проф., заслуженный экономист Российской Федерации В.Н. Эйтингон). Предлагаем вниманию читателей «Акцентов» выдержки из отзывов рецензентов этой книги.

«Логика построения работы в полной мере раскрывает авторский замысел. Первая глава посвящена исследованию теоретических концепций сочетания государственного и саморегулирования рынков в их конкурентном аспекте. Весьма значимым с научной точки зрения является проведённый анализ функций государства в рыночной экономике, автором исследована классификация этих функций; аргументируется востребованность и влияние неценовых методов конкуренции в различных рыночных моделях, а, в итоге, на основании анализа динамики вложений в рекламную деятельность и динамики роста ВВП (за 12 лет) делает вывод о тенденциях монополизации экономики: «Увеличивающийся разрыв между динамикой ВВП и динамикой затрат на рекламу может свидетельствовать о том, что происходит монополизация экономики. Развитие рынков эволюционирует в сторону модели, для которой использование неценовых методов конкуренции не характерно». Полагаю, что с этой точки зрения описание эволюции современных экономических отношений на рынках в России не предпринималось, в этом проявляется новизна авторского подхода.

Интересен тезис автора о взаимосвязи развития экономики в целом и рекламной отрасли как ее инфраструктурной составляющей: «Рекламный рынок претерпевает количественные и качественные изменения вместе с общеэкономическими тенденциями в стране, однако темпы роста рынка рекламы отстают от темпов роста ВВП, поскольку в существующей структуре экономики России, основную роль в увеличении ВВП играют в большей мере сырьевые, а не инфраструктурные (к которым относится, в т.ч. реклама) рынки».

В работе проведен детальный анализ зарубежного опыта государственного (§ 2.1) и саморегулирования (§ 2.2.) регулирования конкурентных отношений. Это позволило автору в последующих разделах работы на основе компаративного анализа российской и зарубежной практики установить взаимосвязи форм и методов государственного и саморегулирования конкурентных отношений и защиты экономических прав потребителей как факторов ведения социально-ответственного бизнеса.

Во второй главе обосновывается вывод о необходимости аккумуляции функций регулирования

конкурентных отношений в едином государственном органе, что продиктовано логикой, практикой и предопределяется целями такого регулирования: «... принятое в настоящее время в России отнесение законодательства о защите прав потребителей и антимонопольного законодательства в сферу контроля различных ведомств (Роспотребнадзор и ФАС) не учитывает в полной мере экономическую суть и специфику такого регулирования».

В третьей главе автор обосновывает необходимость институциональных преобразований в подходах к регулированию рекламной деятельности как области регулирования конкуренции на основе практики такого регулирования в Воронежской области.

Полагаю, что выводы автора не могут быть ограничены лишь регулированием рекламной деятельности. Подходы к регулированию рекламной деятельности в этой работе могут служить моделью регулирования конкурентных отношений, а рекомендации автора (что касается адекватного сочетания инструментов государственного и саморегулирования), в этом случае, экстраполированы и на подходы к регулированию иных рынков. В этой связи представляет интерес предложенная автором система поэтапных санкций в рамках системы саморегулирования рынка маркетинговых коммуникаций, и, в частности, рекламной деятельности».

О.Н. Беленов, д.э.н., профессор,
зав. кафедрой маркетинга,
проректор по экономике
и международному сотрудничеству ВГУ.

«Рекламная деятельность, будучи самостоятельной отраслью рыночной инфраструктуры, является одновременно индикатором преобразований, происходящих в экономических и общественных отношениях. Регулирование рекламной деятельности способствует развитию конкуренции.

Методы и формы регулирования рекламной деятельности в России и регионах находятся в начальной стадии формирования; попытки построения цивилизованных отношений на основе добросовестной конкуренции и защиты экономических прав потребителей недостаточно эффективны.

Актуальность исследования обусловлена неразработанностью адекватных потребностям методов и форм регулирования рекламной деятельности как элемента системы регулирования конкуренции на рынке, защиты экономических прав потребителей, необходимостью создания цивилизованной системы конкурентных отношений в российской экономике.

Монография обобщила многолетнюю практику научных исследований автора. В ней достаточно полно раскрывается многообразие теоретических и методологических подходов к сочетанию государственного регулирования и саморегулирования рынков в конкурентном аспекте, раскрывается многомерность их исследования экономической наукой. Содержание монографии раскрывается в 3 главах, логика изложения которых начинается с исследования неценовых методов конкуренции в различных рыночных моделях, далее автор переходит к раскрытию сущности государственного регулирования и саморегулирования конкурентных отношений, рекламной деятельности и регулирования конкуренции. Особое внимание уделяется институциональному аспекту регулирования рекламной деятельности как области регулирования конкуренции, особенностям такого регулирования в Воронежской области.

Рассматриваемые в монографии теоретические вопросы получили отражение с позиций их решения в современных направлениях теории экономики и практики экономической деятельности. Большое внимание автор уделяет современной российской практике.

К несомненным достоинствам монографии следует отнести показ различных теоретических подходов, существующих в теории экономики, к рассматриваемым проблемам. В то же время авторский подход отличается четкая позиция по всем затрагиваемым вопросам. По многим проблемам даны оригинальные авторские трактовки».

В.В. Гаврилов,
д.э.н., проф. каф. общей экономики ВГУ.

«В ходе исследования, изложенного в монографии, автором были получены следующие результаты, характеризующиеся научной новизной: уточнены теоретико-методологические основы представлений о роли и функциях государства и гражданского общества в регулировании конкурентных отношений; разработан концептуальный подход к достижению сочетания в единой системе методов государственного регулирования и саморегулирования конкурентных отношений; предложены формы и методы государственного регулирования рекламной деятельности, являющиеся одновременно формами и методами регулирования конкуренции; разработаны рекомендации по повышению роли гражданского общества в системе регулирования рекламной деятельности как области регулирования конкурентных отношений; предложены институциональные меры совершенствования регулирования конкурентной среды на основе сочетания форм государственного регулирования и саморегулирования рекламной деятельности; на основе сравнительного анализа российской и зарубежной практик обоснована целесообразность объединения в едином органе полномочий по регулированию конкурентных отношений, защите экономических прав потребителей и регулированию рекламной деятельности; а также: обобщены и уточнены

теоретические положения о регулировании рекламной деятельности как отрасли инфраструктуры экономики; разработана система мер по совершенствованию форм, методов и процесса регулирования со стороны государства и саморегулирования рекламной деятельности; уточнены действующие и разработаны новые требования к участникам рекламной деятельности (рекламодателям, рекламопроизводителям и рекламораспространителям), а также критерии оценки степени соответствия рекламы условиям добросовестной конкуренции, нормам антимонопольного права, задаче защиты экономических прав потребителей с учетом социальной ответственности бизнеса; выявлены сложившиеся взаимосвязи государственного и саморегулирования рекламной деятельности, особенности развития их в России и в Воронежской области, обоснована необходимость комплексного подхода к формулированию требований к рекламе и разработке форм и методов регулирования рекламной деятельности; предложены меры развития и совершенствования добросовестных конкурентных отношений на рынке рекламы Воронежской области.

Эмпирическую базу исследования составили законодательные и другие нормативные акты РФ и зарубежных государств, а также органов местного самоуправления г. Воронежа; информационную – данные органов государственного регулирования рекламной деятельности: Федеральной антимонопольной службы России (ФАС России), Управления ФАС по Воронежской области, Федеральной службы государственной статистики и ее территориального органа по Воронежской области, Ассоциации рекламных агентств Воронежа, хозяйствующих субъектов, занимающихся рекламной деятельностью.

К.К. Панько,
д.ю.н., проф. каф. уголовного права ВГУ.

«Первая глава монографии В.Г. Попова посвящена исследованию теоретических концепций сочетания государственного и саморегулирования рынков в их конкурентном аспекте. Здесь же автором предпринята попытка классификации функций государства в рыночной экономике и делается вывод о том, что «по всей видимости, невозможно раз и навсегда определить «достаточный» объем, минимум государственного участия в регулировании рыночных процессов без учета специфики экономического развития той или иной группы предприятий, отрасли или страны в целом».

Во второй главе обосновывается вывод о необходимости концентрации функций регулирования конкурентных отношений в едином государственном органе, что продиктовано логикой, практикой и обосновано целями такого регулирования: «...принятое в настоящее время в России отнесение законодательства о защите прав потребителей и антимонопольного законодательства в сферу контроля различных ведомств (Роспотребнадзор и ФАС) не учитывает в полной мере, на наш взгляд, экономическую суть и специфику такого регулирования».

В третьей главе автор предлагает и обосновывает институциональные преобразования регулирования рекламной деятельности как области регулирования конкуренции на основе практики такого регулирования в Воронежской области.

Научная и практическая значимость работы состоит в развитии оригинальных теоретических подходов и выработке предложений по адекватному и эффективному применению инструментов регулирования конкурентных отношений на примере регулирования рекламной деятельности. Новизна авторского подхода проявляется и в описании эволюции современных экономических отношений в России. В этой связи интересен тезис автора о взаимосвязи развития экономики в целом и рекламной отрасли как ее инфраструктурной составляющей. Действительно: «Рекламный рынок претерпевает количественные и качественные изменения вместе с общеэкономическими тенденциями в стране, однако темпы роста рынка рекламы отстают от темпов роста ВВП, поскольку в существующей структуре экономики России, основную роль в увеличении ВВП играют в большей мере сырьевые, а не инфраструктурные (к которым относится, в т.ч. реклама) рынки».

Основные положения данной работы прошли серьезную апробацию: выводы и предложения автора обсуждались на Всероссийских научно-практических

конференциях «Новые контуры социально-экономического развития общества» (Воронеж, 2001 г.), «Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы» (Воронеж, 2002 г.), «Аспекты государственного контроля соблюдения законодательства РФ о рекламе» (Москва, 2002 г.) и региональных семинарах (Воронеж, 1996, 1999, 2007 г.г.).

Содержащиеся в монографии предложения уже используются в практике Воронежского, Липецкого управлений, управления по Московской области ФАС России и НО «Ассоциация рекламных агентств Воронежа». Рекомендации автора нашли практическое применение в деятельности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей: ООО «Сальвэ!» («Аргументы и Факты-Черноземье»), ООО «К. Проект», ООО «Бисс» (радиостанция «Авто-радио») и др.

Результаты исследования используются при реализации учебных планов специальностей «Реклама», «Связи с общественностью» в Воронежском государственном университете, а также специальностей «Маркетинг», «Менеджмент организации» в АОНО ВПО «Институт менеджмента, маркетинга и финансов (г. Воронеж).

В.В. Тулупов,
д.ф.н., проф., зав. каф. рекламы и дизайна,
декан факультета журналистики ВГУ.



А. Богоявленский

Наставление

(в шутку и всерьез)

Любезным юношам и прекрасным девам, пребывающим в размышлениях на тему «Как бы диплом написать по пиару», выдавшего виды научного руководителя наставление предлагается...

Представьте себе распространенную ситуацию. Выпускной курс. ГЭК сдан.

И почему-то все знания остались там...

Но вот диплом получить все-таки охота.

А то, как это — все будут с дипломами, а я нет.

Но диплом — это итог всей Вашей научной деятельности на факультете. И если вы били баклуши, то итог этот ясен.

Ясен то ясен...

Но диплом-то получить страсть как охота!

Так что же делать?

Остается одно — «ввинчиваться» в тему, пытаюсь хоть немножко в ней разобраться.

А как это «ввинчиваться»?

Как что?

Ума набираться.

А как это... ума набираться? — недоуменно спросит девица-краса.

А вот так.

Читать, читать, читать

Сопоставлять, анализировать, пробовать, ошибаться.

Снова, и снова, и снова...

И в качестве драгоценного дара получить наше наставление.

Премудрость.

Если Вы еще не приступили к работе, начинать необходимо прямо сейчас!

Иначе можно бездарно и «тупо» потерять год.

Советую обратиться к методичке Е.Е. Топильской¹ и учесть следующие советы, основанные на опыте предыдущих защит и рекомендациях А.Н. Чумикова².

Для пущей важности КРАЙНЕ ЖЕЛАТЕЛЬНО взглянуть сюда: <http://www.journ.msu.ru/downloads/2010/dissertaciya.pdf>.

Тема.

Премудрость.

«При выборе темы необходимо не только ориентироваться на свой интерес, но и постоянно задавать себе вопрос: что нового здесь можно сказать и зачем (кому) это нужно <...>. В процессе работы над исследованием тема не постулируется. Она может корректироваться, сужаясь или расширяясь, могут меняться акценты и угол зрения. Однако следует понимать, что автор должен представлять и понимать свою тему с самого начала»³.

Введение (2-5 страниц).

Премудрость.

Это важнейшая часть работы. Именно ее и Заключение в первую очередь читают члены комиссии.

Обратите внимание, что каждый пункт Введения (кроме прочего) раскрывает именно Ваши профессиональные навыки, позволяет комиссии судить о степени Вашей подготовки по тому или иному вопросу.

Во Введении должны быть обязательно четко раскрыты ВСЕ следующие пункты (их следует выделить полужирным шрифтом):

Актуальность

Например, Вы можете написать, что сами многочисленные работы, посвященные теме исследования (ПЕРЕЧИСЛИТЬ САМЫЕ ПОСЛЕДНИЕ КНИГИ, СТАТЬИ, ДИССЕРТАЦИИ НА ЭТУ ИЛИ БЛИЗКУЮ ТЕМУ), свидетельствуют о непрекращающемся интересе к этой теме со стороны практиков и теоретиков ПР. К этому можно добавить Ваши личные размышления о своевременности и важности таких работ и пр.

Новизна (например, впервые исследуется ..., или впервые с позиций теории ПР анализируется ...).

Объект исследования (раскрывает важную для теории ПР тему).

Предмет исследования (показывает предмет, на основе которого доказывается гипотеза).

Если соотношение значений «Объект» и «Предмет» вызывает особые трудности, сделаем дополнительное пояснение.

В Интернете находим: «первичным является объект исследования (более широкое понятие), вторичным — предмет исследования, в котором выделяется определенное свойство объекта исследования»⁴. Например, «Объектом исследования является имидж политического деятеля, предметом исследования — имидж депутата (президента) Пупкина».

Степень разработанности темы! Степень разработанности темы — это особый пункт Введения, где аргументировано говорится о предыдущих работах других авторов на близкую тему. Именно от адекватного раскрытия пункта о степени разработанности темы зависит корректность предыдущего утверждения о новизне работы. Здесь Вы должны продемонстрировать СВОЮ эрудицию и показать СВОЕ владение навыками теории ПР, СВОЕ умение сопоставлять источники.

Теоретическая база исследования (перечислить основные работы по теме, дать их краткие аннотации и ссылки). Это очень важная часть Введения. Она является естественным продолжением предыдущего пункта и свидетельствует не только о Вашей начитанности, но и Вашей научной добросовестности. Если работ немного — следует очевидный вывод. Примеры раскры-

тия этого пункта легко найти в Интернете, включив в поисковую строку «авторефераты диссертаций».

Эмпирическая база включает практический материал, собранный для диплома. Это могут быть отзывы с форумов, мнения известных людей, анкеты, и пр. (представление непосредственных событий, рабочих и корпоративных документов и др.; интервьюирование компетентных персон, описание собственного опыта работы или опыта достигаемых специалистов — друзей, партнеров, родственников и др. материалы для исследования).

Следите, пожалуйста, за стилем!!!

Методика исследования (любимый вопрос М.Е. Новичихиной). Этот пункт должен раскрыть Вашу творческую лабораторию: объяснить, как собирался и обрабатывался теоретический и практический материал. Примеры следует просмотреть самостоятельно в авторефератах диссертаций, представленных в сети (обратившись, скажем, сюда:

<http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/57>

<http://www.dissercat.com/>

<http://delist.ru/>

<http://dibase.ru/>

<http://discollection.ru/>

<http://dissers.h10.ru/avtoref.html>).

Например: «Методологическая база настоящего исследования обусловлена междисциплинарным характером работы, поскольку изучаемая тема тесным образом связана с культурологией, а также с разделом философии — аксиологией. Поставленные цели и задачи потребовали применения ряда методов: дескриптивного, историко-генетического, статистического. Исследование осуществлялось на основе системно-целостного, историко-сравнительного, структурно-функционального и типологического подходов, а также методики контент-анализа. Применение принципа системности позволило выстроить целостную концепцию критической практики как специфической области журналистики. Историко-сравнительный подход диктовался необходимостью исследовать феномен критики в разные периоды ее становления и дал возможность проследить развитие критики в динамике на разных этапах государственности России. Структурно-функциональный и типологический подходы позволили выявить влияние социальных трансформаций на типологическую структуру современной критики. Статистический метод (с применением анкетирования) потребовался автору для изучения особенностей современной ресторанной критики. Метод контент-анализа использован при рассмотрении публикаций периодической печати»⁵.

Премудрость

Вот так бессовестно списывать не нужно!

Вам следует принять к сведению само наличие подобных методов, крепко подумать и дать только те, которые ДЕЙСТВИТЕЛЬНО присутствуют в Вашей работе.

Гипотеза (любимый вопрос Е.Е. Топильской) не должна содержать банальное утверждение. Откровенно говоря, гипотеза работы — камень преткновения дипло-

мов всех студентов. А ведь именно она структурирует весь ход исследования. Если она размыта, абстрактна, банальна, «обо всем и ни о чем», то, естественно, непонятно, что нужно доказать. Поэтому и нет плана и пишется то об имидже, то о чем-нибудь еще — «методом тыка» и «от балды». Не нужно писать сразу обо всем.

Типичная ошибка: чаще всего гипотеза раскрывается в самом банальном, сто тыщ мильёнов раз доказанном утверждении. Если же говорить просто, то гипотеза — это предположение (по Ушакову: научное предположение, *не доказанное*, но обладающее некоторой вероятностью и объясняющее ряд явлений, без него необъяснимых). Сама дипломная работа есть доказательство Вашего научного предположения. То есть диплом изначально строится на попытке доказать что-нибудь стоящее. А для этого нужна свежая мысль. Пусть не очень значительная, но Ваша и свежая. Здесь я Вам советую только самостоятельно подумать, «а что я, собственно, хочу доказать в своей работе?» Если ничего, тогда и Ваш наставник пас. Хотя, конечно, для тройки (или даже четверки) можно высосать из пальца какую-нибудь ерунду. Но вот высасывать ерунду почему-то не хочется. Гипотеза естественным образом показывает, насколько осознанно выбрана и обдумана тема диплома, насколько тщательно студент собрал и проработал предварительный материал. Без такой предварительной работы *на пустом месте гипотеза просто не может возникнуть*. Иначе говоря, наличие гипотезы — своеобразный индикатор готовности студента к самостоятельному исследованию.

Отсутствие гипотезы прямо показывает, что к исследованию студент еще не готов.

Так, что же делать? — испуганно воскликнут любезный юноша и прекрасная дева.

А вот что.

Разберем типичный случай.

Из теории кёрлинга.

В принципе, Вам пока, что теория кёрлинга, что теория ПР — все едино.

Так вот, какая у Вас может быть, например, гипотеза, если тема дипломной работы сформулирована таким образом «Выигрышная комбинация в кёрлинге».

Итак.

Какая комбинация предпочтительнее в кёрлинге?

Опишите-ка в двух словах.

Ну так, где она, ваша гипотеза?

То же самое и с вашей темой по ПР.

В принципе, эта тема Вас никогда не волновала.

Она, если честно, Вам по барабану.

Большому Турецкому Барабану.

Она для Вас типа кёрлинга.

Докука.

Но!

В данной работе самый главный эксперт должны быть именно Вы.

Вы, Вы, и только Вы.

А Вы, не эксперт, увы.

У Вас нет никакой позиции по данному вопросу.

А все потому, что тему выбрали только в последний момент, тогда, когда возникла необходимость писать курсовую или диплом.

Премудрость.*(Или самый простой рецепт коррекции гипотезы).***Рецепт 1.**

Предположим, что тема Вашей ВКР «Информационное сопровождение компании «N».

Предположим, что Ваша Изначальная Гипотеза такова: «В качестве рабочей гипотезы выпускной квалификационной работы выступает предположение о том, что информационное сопровождение (ИС)- это основной инструмент PR в данной отрасли».

То есть, гипотеза ни о чем.

Потому что, в принципе, суть PR – это гармонизирующая идея + ИС посредством разных технологий.

Или о том, что и так ясно всем бабушкам на лавочке у подъезда, занимающимися ИС всех входящих (т.е. – односторонняя коммуникация) и выходящих (коммуникация двусторонняя).

Вместо этого крайне банального и крайне общего утверждения следует написать конкретно: В качестве рабочей гипотезы выпускной квалификационной работы выступает предположение о том, что самыми эффективными способами и каналами ИС рассматриваемой кампании являются (перечислить **КОНКРЕТНО** самые эффективные способы и каналы информационного сопровождения как используемые в данной отрасли).

Цели и задачи – здесь все просто. Цель – доказать гипотезу, этой цели подчинены задачи. Чаще всего решаемые в дипломе задачи соответствуют названиям глав теоретической и практической части. Почему? Каждая глава, как правило, решает одну из названных задач, поэтому названия глав и обозначения решаемых задач совпадают.

Структура (дается краткая аннотация глав).

Порядок и название глав строится в соответствии с гипотезой и решаемыми задачами. Если же гипотеза не сформулирована, цель не ясна и задачи не поставлены, то Вы доказываете нечто неопределенное, то есть то, что Вы сами с трудом представляете (еще не придумали). Получается почти по Жванецкому «Вы говорите долго и правильно, но непонятно о чем».

Еще раз советую сосредоточиться на Введении. Оно должно быть четко выстроено в соответствии с данными рекомендациями.

2. Теоретическая часть

Лучше всего начинать с теоретической части. Уверен, чем больше Вы поработаете над ней – тем светлее будут мысли относительно части практической. Иначе не бывает – на пустом месте произрасти что-нибудь стоящее просто не сможет. Нужно учиться, набирать материал, сопоставлять источники. Тогда и толк будет. И результат придет. Что посеешь...

«Теоретическая часть (20-30 страниц) с названием, отражающим суть последующего изложения (то есть «теоретическая часть» – это не название, а только функциональное обозначение раздела работы. Здесь производится анализ использованных (опубликованных и представленных в сети Интернет) источников информации; выбор и описание схемы, на основе которой будет анализироваться практический опыт.

Примечание. Убедительная просьба: избегайте банальностей.

Не надо:

- описывать, что такое PR и откуда они взялись;
- излагать историю PR;
- приводить многочисленные определения PR;
- анализировать общие принципы построения

PR-практики;

- переписывать учебники и другие работы⁶;
- копировать работы (и части исследований), размещенные в сети. Конечно, можно поискать приключений – это бодрит, но следует помнить, что **ВСЕ** представленные к защите работы проходят проверку на поиск соответствий в Интернете.

«Надо:

- использовать только ту теорию, которая выводит на практическую часть работы. Сопоставлять теоретические источники.

Премудрость.*(Или самый простой рецепт построения теоретической части).***Рецепт 2.**

В нашем случае в теоретической части следует идти от общего (в рассматриваемом примере – что такое информационное сопровождение (ИС) и какие способы и каналы информационного сопровождения вообще представлены в теории вопроса (здесь следует сопоставить позиции разных теоретиков) к частному (определить какие технологии ИС и по каким параметрам наиболее эффективны вообще, а какие адекватно подходят к Вашей теме). Для этого необходимо сопоставить воззрения нескольких исследователей и определить, какая позиция Вам наиболее близка, а потом представить свою точку зрения, став на сторону чьей-либо позиции или предложить собственную методику, скомбинировав рассмотренные положения и добавив свои пункты в соответствии со спецификой рассматриваемой отрасли.

Рефрен

По итогам каждой главы теоретической части следует делать выводы, фиксировать главные мысли.

3. Практическая (прикладная) часть работы (20-30 страниц) со смысловым названием: анализ практического опыта PR-деятельности – непосредственных событий, рабочих и корпоративных документов и др.; интервьюирование компетентных персон, описание собственного опыта работы или опыта достигаемых специалистов - друзей, партнеров, родственников и др.

Этот раздел работы состоит из двух частей: в одной – обзорное описание опыта многих субъектов профильной деятельности с опорой на теорию, в другой – углубленное описание прикладного опыта одного-двух субъектов деятельности.

Премудрость.*(Или самый простой рецепт построения эмпирической части).***Рецепт 3.**

В эмпирической части следует, ориентируясь на выбранную в теоретической части схему (разработанную методику), представить практику рассматрива-

моей компании и объяснить, почему такие-то эффективные каналы (представленные и проанализированные в теоретической части) используются, а почему - нет.

Установить причины.

Кроме этого следует посмотреть, есть ли в рассматриваемой компании собственные ноу-хау, не имеющие аналогов и не описанные в теории.

Если есть — то отметить.

Это будет супер!

Рефрен

По итогам каждой главы эмпирической части следует давать выводы, фиксирующие главные мысли и направляющие ход дальнейшего исследования.

4. Развернутое **Заключение** (2-3 страницы) со структурированными выводами и указанием, какова степень новизны данной работы, где и как она может использоваться»⁷.

Премудрость

(Или самый простой рецепт Заключения)

Рецепт 4

В Заключении следует объединить локальные выводы (укрупнив их в общую картину — в этом будет теоретическое значение работы) и на основании сопоставления теоретической и эмпирической части дать конкретные практические рекомендации.

Ссылки:

В работе **обязательны оформленные по ГОСТу (есть в методичке Е.Е. Топильской) ссылки на источники последних трех лет!!!**

Библиография работы должна содержать около 60 источников.

ВСЕ!

ЦИТАТЫ!!!

ПОМЕЩАЮТСЯ!!!

В КАВЫЧКАХ!!!!

И

ОБОЗНАЧАЮТСЯ

СНОСКАМИ.

Кто не в курсе: Цитаты — это точное воспроизведение ЧУЖОЙ фразы из первоисточника.

Примечание: **ВСЕ, ЧТО НАПИСАНО НЕ ВАМИ, ОФОРМЛЯЙТЕ КАК ЦИТАТЫ!**

Что, своего «маловато будет»?

Если возникла такая проблема — напишите своего побольше!

Предзащита

На презентации полагается показать набранный материал и системно представить работу, опираясь на Введение.

И самое важное.

Диплом следует обстоятельно продумать, а это большой труд. Если же Вы хотите, чтобы при незначительных или непродолжительных усилиях работа была выполнена хорошо — это просто означает, что Вы просто хотите переложить ее на кого-то другого.

Автором диплома являетесь именно Вы!

В выпускной квалификационной работе важен именно Ваш взгляд.

Ведь работу мало написать — ее нужно будет защитить!

Успеха на защите!

P.S.

Любезные юноши и прекрасные девушки!

Предлагая Вам это Наставление, автор сам следовал наставлению Конфуция⁸: «*Давай наставления только тому, кто ищет знаний, обнаружив свое невежество. Оказывай помощь только тому, кто не умеет внятно высказать свои заветные думы. Обучай только того, кто способен, узнав про один угол квадрата, представить себе остальные три*».

Возможно, Конфуций описал именно Ваш портрет.

г. Воронеж

Примечания:

1. Топильская Е.Е. Выпускная квалификационная работа по связям с общественностью: основные требования, научный аппарат, процедура защиты : методические рекомендации для студентов, обучающихся по ООП «Связи с общественностью» / Е.Е. Топильская, В.М. Небезина. — Воронеж : ВГУ, 2010. — 56 с.

2. Чумиков А.Н., доктор политических наук, профессор, генеральный директор Агентства «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг», вице-президент и председатель Комитета по образованию и профессиональным конкурсам Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО).

3. <http://www.journ.msu.ru/downloads/2010/dissertaciya.pdf>.

4. <http://www.zpu-journal.ru/asp/matriculation/faq/object/>.

5. <http://mediascope.ru/node/974>.

6. Чумиков А.Н. Темы, структура, рекомендации по написанию креативных (курсовых, дипломных) работ по курсу «Связи с общественностью» / А.Н. Чумиков. — http://www.pressclub.host.ru/pr_lib/pr_students. — дата обращения 7.01 2012.

7. Там же.

8. Китайский теоретик публичных отношений, живший в середине первого тысячелетия до н.э. Идеалом конфуцианства является создание гармоничного общества по древнему образцу, в котором всякая личность (в т.ч. студент, обучающийся на факультете журналистики ВГУ) имеет свою функцию.

