

ББК 76
А 38

**Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати**



АЛЬМАНАХ

Выпуск 1-2 (120-121)
2014

Редакционная коллегия:

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

ISBN 5-900955-02-8

Корректоры – Т. Коновалова,
А. Князева

© Факультет журналистики
Воронежского
государственного
университета.

Подписано в печать
25.03.2014. Тираж 150 экз.

Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА

В. Тулупов

Профессиональные стандарты в журналистике: повышение качества работы или госприемка журналистов? 2

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

И. Альбадави

Анализ публикаций журнала «Международная жизнь» за 2012 год о проблемах арабского мира 4

А. Быкадорова

Применение фрейм-анализа при изучении медиа 8

Н. Дивеева

Влияние информационных технологий на создание новых форм популяризации науки 12

С. Страшнов

Некоторые принципы и опыты монографического анализа медиа явлений 16

Г. Тимофеева

Литературные блоги как промежуточная форма между литературой и журналистикой 25

СТУДЕНЧЕСКИЙ ОПЫТ

В. Левшаков

Телевизионная журналистика в условиях военного конфликта: некоторые аспекты 31

Е. Тюрина

Социальная журналистика: может ли современная пресса помочь читателю? 34

МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

В. Олешко

Магистерская диссертация: научный поиск или обобщение практики? 38

ДАЙДЖЕСТ 43

ИСКУССТВО

М. А. Салих

Масс-медиа и искусство Ирака как фактор эстетического воспитания студентов 63

В. Хорольский

Медийно-художественные дискурсы в СМИ и проблема эстетического идеала 69

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ 76



В. Тулунов

Профессиональные стандарты в журналистике: повышение качества работы или госприемка журналистов?

Союз журналистов России подготовил документы для экспертизы профессиональных стандартов работников СМИ¹. По словам секретаря Союза журналистов России Василия Балдицына, внедрение данных документов, призванных обобщить трудовые функции сотрудников СМИ и стандартизировать требования к ним, позволит упорядочить систему трудовых отношений в отрасли. Это – хорошее подспорье и для системы журналистского образования (тем более что ФГОС ВПО последнего поколения ориентирует вузы на компетентностный подход); еще одна возможность более четко определить компетенции, навыки, умения принимаемых на работу сотрудников.

Вокруг этой ситуации возникла дискуссия.

Противники сразу же назвали этот процесс «госприемкой журналистов» и даже «геббельштурмом». Экс-секретарь СЖР, обозреватель журнала «Журналист», редактор «Клуба молодых журналистов» Виталий Челышев на своей ветке в ФБ написал: «Думаю, агентские новостники на такое пойдут легко, поскольку и сама лента работает по стандарту <...>. Я знаю несколько талантливейших журналистов в агентствах, но реальной журналистикой занимаются в реальных СМИ. Кодекс профессиональной этики российского журналиста сейчас, насколько знаю, дорабатывается. Что получится – посмотрим. Кодекс и Устав местами сильно искривлены. Судя по американской и английской тенденциям, профессиональные обязанности сейчас растут, как горб у верблюда, кадры сокращаются, цифровые камеры почти убили профессию фотографа... Было несколько попыток подписывать соглашения с работодателями (НАТ, ГИПП и др.). Но зачем им разговаривать с творческим союзом? А профсоюз при СЖР слабый. На создание профсоюза не пошло даже не столько руководство СЖР, сколько регионы (когда-то 14 из них хотели, а потом скисли)».

Сторонники профессиональных стандартов говорят, что эти документы не только требование

Трудового кодекса, не только дополнительный инструмент комплаенс-системы², но и – гарант реализации журналистикой своих природных функций, инструмент саморегулирования в сфере профессиональной журналистской и редакторской деятельности. При этом подчеркивается, что это – стандарты не журналиста (лучший журналист – нестандартный), но – профессии.

Журналист Любовь Мельник в ходе дискуссии написала следующее: «Идея предъявлять работнику некие требования – нормальна и обычна, Не случайно заключаются контракты, не случайно предъявляются под подпись должностные обязанности, не случайно существуют должностные инструкции». И далее: «...В маленькой газете (5 тысяч тираж) год назад мы попытались (под смену редактора) ввести планирование. Это была катастрофа. Люди, работающие в качестве журналистов, могли следовать лишь за календарем знаменательных дат и мастерить нечто среднее между отчетом и заметкой. Никаких собственных задач поставить перед собой не могли, никакой долговременной программы разработать не умели, никаких целей не видели. О жанрах – никакого понятия. Желания учиться – никакого».

Таких газеток сейчас – по-прежнему море, и какое-то время они еще будут жить. Когда зашла речь об этих стандартах – я вроде как напряглась и возмутилась. А сейчас думаю: даже то, что я прочитала по ссылкам, могло бы принести пользу. Получи т.н. творческие работники эти листочки как предложение подготовиться к аттестации – они бы напряглись хотя бы ради права на работу».

Профессиональные стандарты, которые будут утверждаться приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, имеют достаточно жесткую структуру.

Для примера рассмотрим ПС корреспондента средств массовой информации. В «Общих сведениях» приведено наименование вида профессиональной деятельности (корреспондент/репортер в мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средствах массовой информации), указана основная цель вида профессиональной деятельности (подготовка и создание информационного материала, освещающего события, явления, фак-

Об авторе: Тулунов Владимир Васильевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

ты, предназначенного для распространения с помощью средств массовой информации), группа занятия (журналисты и литературные работники), отнесение к видам экономической деятельности (деятельность в области радиовещания и телевидения; деятельность информационных агентств; деятельность журналистов и фоторепортеров).

Второй раздел называется «Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)» и включает описание обобщенных (сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения, общества через СМИ) и конкретных трудовых функций (отслеживание информационных поводов и планирование деятельности; получение информации для подготовки материала; обработка и проверка полученной информации для материала; формирование материала).

В третьем разделе дана характеристика всех трудовых функций. Например, отслеживание информационных поводов и планирование деятельности предполагает следующие трудовые действия:

Осуществление самостоятельного поиска событий, явлений, фактов – основы материала

Согласование темы будущего материала с редакцией
--

Получение задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией
--

Изучение специфики и особенностей освещаемой темы

Определять основную сюжетную линию будущего материала

Составление графика работы для соблюдения сроков задания
--

Подготовка предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции

Среди необходимых умений:

Определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории

Овладевать и пользоваться современными средствами связи, использовать приемы эффективной коммуникации

Пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации, в том числе социальных сетях
--

Анализировать большой объем информации
--

Соблюдать сроки работ в соответствии с внутренним распорядком и технологическим процессом

Среди необходимых знаний:

Достоверные источники информации

Технологии и методы поиска информации

Специальные знания в информационной специализации СМИ

Основы драматургии и приемы выстраивания сюжета

Принципы и подходы к планированию журналистской работы
--

Профессиональная этика журналистской деятельности

Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
--

Здесь, видимо, следует пояснить, что нам предлагаются конкретизированные (прикладные) профессиональные стандарты, которые следует отличать от фундаментальных стандартах, базирующихся на этических принципах профессиональной журналистики. Отраслевой «кодекс чести» журналиста юридически не оформляется, но четко прописываются, принимаются СМИ и одобряются обществом.

Именно с учетом принципов профессиональной этики (право граждан на достоверную информацию; объективное освещение событий – долг журналиста; социальная ответственность журналиста и др.), каждый журналист осуществляет те или иные трудовые действия

Разработанный пакет профессиональных стандартов может стать основой общественного договора между медиа и властью, медиа и бизнесом, медиа и гражданским обществом, медиа и аудиторией. Ведь в настоящее же время страдают все стороны, и эксперты (в частности, заместитель председателя Палаты медиасообщества Общественной коллегии по жалобам на прессу Евгений Абов) отмечают³:

- нарушения имущественных интересов владельцев СМИ, подвергающихся серьезным финансовым рискам в связи с исками о диффамации;
- сужение для представителей бизнеса выбора объективных, независимых каналов общественных коммуникаций с потребителями и с властью;
- препятствия к получению населением объективной информации, в том числе о финансовых и потребительских рынках; о деятельности бизнеса, местной и федеральной власти и т. д.;
- создание угроз репутации публичных политиков, предпринимателей, общественных и культурных деятелей;
- подрыв международного имиджа страны и стимулирование волны критики в адрес российских властей за пренебрежение к институту независимой прессы и косвенное поощрение «коррупционной практики» СМИ.

Примечания:

1 Профессиональные стандарты разработаны для следующих работников: редактор СМИ, корреспондент, оператор, ведущий телевизионной программы, специалист по производству продукции телерадиовещательных СМИ, специалист по производству печатных СМИ, специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации.

2 Контроль соответствия журналистской деятельности на медиарынке действующему законодательству.

3 <http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/knigi-i-stati/305-o-probleme-professionalnykh-standartov-v-rossijskoj-pressе>





И. Альбадави

Анализ публикаций журнала «Международная жизнь» за 2012 год о проблемах арабского мира

Аннотация: В статье дан аналитический обзор публикаций, посвященных политическим и экономическим проблемам в ряде арабских стран в 2012 году, в журнале Министерства иностранных дел России «Международная жизнь».

Ключевые слова: журнал, публикации, тематика, проблематика, арабские страны, арабская весна

Арабский мир стоит на пороге серьезной трансформации. Ярким примером тому являются события, происходящие в арабских странах. Победившие исламские революции в Египте, Тунисе, Ливии и, возможно, в Сирии вновь актуализировали тему перекройки границ в этих государствах. Они были порождены целым комплексом экономических, социальных, политических, идеологических причин. Но свою лепту в них внесли и современные массмедиа.

К сожалению, не все российские СМИ оказались на высоте в связи с нынешними событиями в арабском мире. Для правильной оценки происходящих событий необходим обзор аналитических изданий, было бы неприемлемо останавливаться подробно на текущей информации, представленной на страницах газет. Наряду с рядом анализируемых нами научных журналов РАН, представляет интерес журнал Министерства иностранных дел Российской Федерации «Международная жизнь», наиболее полно и профессионально представляющий политические и экономические проблемы богатого на события в арабском мире 2012 года.

Заметное место на страницах «Международной жизни» за март 2012 г. занимает беседа главного редактора журнала Армена Оганесяна с председателем Комитета Государственной Думы РФ по международным делам Алексеем Пушковым. Основная часть статьи «Россия имела в своей истории привилегию проводить самостоятельную внешнюю политику и будет впредь ее проводить» посвящена политической ситуации в Сирии, а именно, встрече Алексея Пушкова с представителями Национального координационного комитета, одной из главных оппозиционных организаций Сирии. В предисловии к статье автор приводит рассуждение Анатолия

Громыко по вопросу «мирового порядка», в котором отражена одна из основных проблем становления единого взаимозависимого глобального общества: «...Будут ли люди в XXI веке жить в условиях силы права или права силы?»

Возвращаясь к беседе, следует отметить, что первый вопрос в ней был посвящен социальному положению в Сирии, распределению политических сил в сложившейся ситуации в стране. А. Пушков говорит о том, что представители всех слоев населения Сирии заинтересованы в стабильности, исключая радикальных исламистов, которые и являются носителями идеи вооруженного восстания. По вопросу нынешней политической ситуации автор отмечает, что в стране относительно спокойно, хотя в некоторых городах отмечены факты вандализма и, что более актуально, появился терроризм образца «Аль-Каиды», действующий во имя свержения Асада. Пушков отмечает, что в некоторых слоях населения, например, среди христиан, замечены случаи бегства из страны, люди пытаются продать собственность и перевести деньги в Ливан, где, им кажется, будет жить спокойнее. Немаловажна в сложившейся ситуации вооруженного конфликта и позиция России. Отмечается, что ответственность несут также те, кто поддерживает вооруженных повстанцев, осуществляя извне психологическую, политическую поддержку и помощь вооружением.

Другая статья – «Мировой порядок и правопорядок» Анатолия Громыко [«Международная жизнь», март 2012] – продолжает тему сложившейся международной политической ситуации с акцентом на положениях резолюций ООН, которыми стали пренебрегать. На фоне конфликтов на Ближнем и Среднем Востоке под угрозой поставлена стабильность многих государств. В отношении ООН Россия занимает принципиальную позицию, считая, что Объединенные Нации являются центром мирового правопорядка. Автор пишет, что Международный Правопорядок не отрицает использование в крайних случаях силы, в том числе военной, когда у государства нет возможности для альтернативных действий. Громыко отмечает тот факт, что многие проблемы, стоящие перед народами, носят острый характер, и если к середине века их не решить, мир содрогнется от новых социальных революций и войн. В доказательство своих утверждений автор приводит некоторые положения уста-

Об авторе: Альбадави Исса, аспирант кафедры средств массовых коммуникаций Южного Федерального университета, г. Ростов-на-Дону

ва ООН, касающиеся данного вопроса. Ко всему прочему, Громыко особое внимание уделяет вопросу о ядерном оружии и терроризме. «Руководители стран, обладающих ядерным оружием, в том числе те, кто не сознается в этом, обязаны проявить государственную мудрость и признать, что международное сообщество избежит ядерного терроризма, если запретит и уничтожит ядерное оружие.» Лидеры стран, которые не обладали ядерным оружием, были уничтожены: Хусейн повешен, Каддафи зверски убит, а Милошевич был лишен возможности получить необходимое лечение, что привело к его преждевременной кончине. В то же время лидеры Северной Кореи благополучно здравствуют, – сообщает автор. У них есть ядерное оружие и средства его доставки до целей. Автор делает вывод, что реформированная ООН должна обеспечить господство в международных отношениях верховенства права и строго дозированное применение силы.

Говоря о событиях «арабской весны», нельзя не отметить тот факт, что не все арабские страны подверглись переворотам и агрессии. Единичные примеры остались верны своей конституции и порядку, чем доказали свою стабильность. Одним из таких государств стало Марокко, о чем и повествует в статье «Королевство Марокко: государство, в которое не пришла "рабская весна"» министр иностранных дел и сотрудничества Королевства Марокко Саадэддин Аль-Османи [«Международная жизнь», май 2012]. В публикации автор знакомит читателей с различными направлениями внутренней и внешней политики страны, уделяя особое внимание вопросу международного сотрудничества Марокко с Россией. В начале автор приводит историческую характеристику отношений двух стран, отмечая их положительную динамику. Марокко гордится тем, что является одним из ведущих торговых партнеров России в арабском мире и Африке. По этому вопросу Марокко на данный момент убеждено в необходимости изучить все возможности для сотрудничества в сферах, представляющих взаимный интерес. Возвращаясь к вопросу об «арабской весне», автор поясняет, что именно благодаря демократизации, начатой несколько лет назад в Марокко, и проводимым политическим реформам государству удалось стать редким исключением в масштабном арабском конфликте. Аль-Османи отмечает также важность принятия новой Конституции в июле 2011 года. Отвечая на вопрос о применении новых политических технологий и «мягкой силы», автор заключает, что таковых недостаточно для побуждения столь массовых волнений. Они вызваны политическим монополизмом, нарушением прав человека, фальсификацией и ограничениями свобод граждан.

Продолжая тему политической ситуации в арабском мире, другой автор – О. Озеров, посол России в Королевстве Саудовская Аравия, публикует статью «"Арабская весна" в контексте глобализации, или Перезагрузка матрицы» [«Международная жизнь», июнь 2012 г.]. Вот уже на протяжении

нескольких лет мир содрогается от ряда катастроф и столкновений. Как не думать об эскалации этого процесса, если ситуация во многих странах уже доведена до предела и с каждым годом накал только растет. В статье автор освещает опасные факты этих столкновений, приводящих, шаг за шагом, к цивилизационной катастрофе. Озеров пишет: «Через многочисленных природных, техногенных и экологических катастроф, террористических актов, революций, финансовых и экономических кризисов становится чем-то обыденным, что не дает в полной мере разглядеть масштаб грозящей катастрофы, выбрать некий главный вектор приложения сил человечества». В основной части статьи автор уделяет большое внимание вопросу современного положения Лиги арабских государств. Автор ставит много риторических вопросов, один из которых, если выразиться общими словами: не завершится ли процесс глобализации международной системы взрывом противоречий?

На пороге окончания 2012 года большинство участников «арабской весны» перешагнули первый этап трансформации. Немало публикаций вышло после окончания этих событий. Каждый автор, в свою очередь, пытался предсказать дальнейшее развитие переворотов, но суть была одна – несмелый ряд столкновений за право чести и свободы может привести к огромному конфликту в международном формате и любой политической режим, пусть даже самый стабильный и долгосрочный, сложенный веками и поколениями, может рухнуть в мгновение, с громом и треском, оставив за собой лишь следы пыли по углам.

Сентябрьский номер журнала «Международная жизнь» включает в себя интересный по своему содержанию материал – статью, посвященную выступлению Владимира Путина на Советании послов: «Нужно активнее влиять на ситуацию там, где напрямую затрагиваются российские интересы, действовать на упреждение, быть готовыми к любому варианту развития обстановки...» [«Международная жизнь», июль 2012]. Выступление было посвящено развитию международных отношений в мировом сообществе, и прямому участию Российской Федерации в них. С каждым днем ситуация усложняется, при этом негативен тот факт, что отдельные участники международного общения пытаются сохранить свое привычное влияние и российские партнеры часто прибегают к односторонним действиям, нарушая нормы международного права. Доказательством тому является противоречивый процесс реформ на Ближнем Востоке и в Северной Африке и вмешательство других стран во внутренние конфликты. Цитируя автора, можно отметить: «Вообще, укрепление коллективных начал международной жизни с упором на переговоры, поиски компромиссов мирным путем должны стать императивом». В своей речи В. Путин делает акцент на том, что председательство на саммитах крупнейших организаций и форумов, таких как АТЕС, БРИКС, «восьмерка», дает России возмож-

ность укреплять свои позиции на мировой арене и приоритет политико-дипломатического урегулирования различных острых проблем. Уважение к государству во многом определяется тем, как оно заботится о своих гражданах, оказавшихся в трудных ситуациях.

Публикация «Монархии Персидского залива и «Арабская весна»» Дины Малышевой [«Международная жизнь», август 2012] повествует читателю о другой стороне конфликта, а конкретнее, о выгоде стран Персидского залива продвигать и укоренять свои позиции на фоне развивающихся событий. Естественен тот факт, что из всего происходящего в регионе Ближнего Востока кто-то должен был получить выгоду. Малышева утверждает, что такие представители арабского контингента? как Королевство Саудовская Аравия и Катар, впервые активно выступили на мировой сцене, сумев максимально использовать свои финансовые, политические, военные и информационные ресурсы для утверждения Персидского залива в качестве самостоятельного центра Ближневосточного региона. При этом автор замечает, что авторитарные политические системы этих государств далеки от демократии, зачастую политические партии вообще запрещены, а оппозиция выдворена за пределы государства. Во внешней политике монархии Персидского залива сохраняют имидж преданных партнеров США. В свою очередь, Катар, запустив корпорацию «Аль-Джазира» как мощный пропагандистский орган, получил возможность влияния на общественное мнение арабского мира и даже определять его, формируя в выгодном для себя свете. В публикации отведено центральное место еще одному немаловажному факту – а именно возросшему потенциалу исламистского движения. Автор приводит немало примеров того, что многие арабские страны сделали ставки на формирование исключительно исламистского парламентского большинства и введение норм шариата.

Другая статья того же номера – «Проблема легитимности вооруженного вмешательства. Ливийский casus belli» Евгения Воронина посвящена нарушениям норм международного права в ситуации с вооруженными действиями в Ливии [«Международная жизнь», август 2012]. В начале статьи автор отмечает, что военная интервенция в Ливии, поставившая под сомнение принцип государственного суверенитета, пока еще не получила квалифицированной юридической оценки. Началу военных действий должно было предшествовать формальное объявление состояния войны. Западная акция против Ливии не имела необходимого международно-правового обеспечения, легализующего авиаудары по ливийской территории. Воронин пишет: «Проблема вооруженного вмешательства, несовместимого с принципом национального суверенитета, непосредственно связана с доктриной гуманитарной интервенции». Ливийский casus belli, как утверждает автор, это смешанный конфликт, включающий в себя: внутривосточный – между

режимом Каддафи и оппозицией и международный – вызванный вмешательством иностранных держав.

Хочется отметить, что большинство авторов, говоря о конфликтах Ближневосточного региона, не оставляют незамеченным факт международного сотрудничества этих стран с Россией. В каждом аспекте этого вопроса авторы пытаются не только проанализировать и довести до читателя суть происходящего, но и найти точки соприкосновения и соучастия России в затянувшемся арабском конфликте.

Сергей Филатов, обозреватель журнала «Международная жизнь», провел интервью с Сергеем Лавровым, министром иностранных дел России, по вопросу мировой политической ситуации, по итогам которого была опубликована статья «Российская дипломатия и вызовы XXI века» [«Международная жизнь», сентябрь 2012]. Отвечая на вопрос о позитивных и негативных тенденциях развития мировой политики, Лавров отмечает три факта: первый – сегодняшнее состояние международных отношений может означать очередную смену исторических эпох, второй – исторические процессы набирают скорость, перераспределяя влияние на глобальном уровне, третий – очевиден факт становления полицентрической системы, справедливой и демократичной. Немаловажен также вопрос автора о снижении влияния международного права. Лавров отвечает: «...Устав ООН остается опорой международных отношений, несмотря на попытки расшатать эту систему по принципу «закон, что дышло». Что касается действий в Ливии, пишет автор, то причиной всему стало грубейшее злоупотребление полученным мандатом Совета Безопасности, имевшим, как выяснилось, двусторонний смысл. Обсуждая ситуацию в Сирии, Лавров отмечает, что РФ выступает в пользу действий международного общества в интересах скорейшего прекращения конфликта и любого насилия в Сирии. Внешние оппоненты сирийского режима фактически взяли курс на его свержение, что никак не одобрено решениями СБ ООН. Выход из создавшейся ситуации – побудить все стороны к мирным переговорам по определению будущих мировых позиций своих государств.

Продолжая тему внешнеполитических взаимоотношений России, Александр Лукин публикует статью «Внешняя политика России: необходим курс на сосредоточение» [«Международная жизнь», сентябрь 2012]. Автор акцентирует внимание на том, что в ситуации «арабских революций» Россия очень глубоко вовлекается в процесс урегулирования конфликта. По словам Лукина, России необходимо работать со всеми сторонами конфликтов, не высказывая своих предпочтений, кто бы ни пришел к власти и ограничившись лишь высказываниями на заседаниях ООН. Россия должна в первую очередь руководствоваться своими интересами, как, например, развитие сотрудничества с Ираном, что способствовало бы в дальнейшем

укреплению стабильности на международном нефтяном рынке. Договоренность с Ираном по вопросу о гарантиях мирного характера ядерной программы дала бы возможность более активного привлечения этого государства к сотрудничеству по урегулированию региональных кризисных ситуаций Ближнего Востока.

В ряду стран – участников «арабской весны» особое место в средствах массовой информации уделяется Ливии. Статья «"Ответственность при защите" и "арабская весна"» Владимира Котляра посвящена разработке нового документа под названием «Ответственность при защите», представленного на 66-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН [«Международная жизнь», сентябрь 2012]. Автор приводит сравнение военной операции НАТО в Ливии с разрешением конфликта в Сирии. Со слов В. Котляра, «...семимесячная военная операция НАТО против законного правительства Ливии, начатая в марте 2011 года с санкции СБ ООН, показала, что ведущие страны НАТО, которые сами одобрили в 2005 году резолюцию ГА ООН A/RES/60/1 с основными положениями концепции «Ответственность по защите» и которые публично заявили в новой стратегической доктрине НАТО 2010 года о своем стремлении действовать на международной арене в соответствии с международным правом и считаться с принципом главной ответственности СБ ООН за поддержание международного мира и безопасности, на деле извратили смысл мандата, полученного альянсом от СБ ООН в резолюции СБ ООН 1973 (2011 г.) как раз в соответствии с концепцией «Ответственность по защите», а также смысл самой этой концепции и использовали этот мандат как ширму для продвижения своих геополитических интересов». Ряд ведущих членов НАТО ведут к тому, чтобы применить к Сирии отработанную ливийскую модель смены политического режима. В заключение статьи автор делает вывод о том, что применение силы региональной организацией будет легитимным лишь в ответ на обращение о помощи со стороны законного представителя государства или по просьбе СБ ООН.

Вопрос о нарушении международного права в условиях урегулирования ближневосточных и североафриканских конфликтов – один из наиболее актуальных в настоящее время. Геннадий Филатов, заместитель министра иностранных дел России, в публикации «Опыт кризисного реагирования, или Кого обязано защищать международное сообщество?» еще раз поднимает вопрос о поддержке международного права, предотвращающего массовые злодеяния и гибель мирного населения [«Международная жизнь», октябрь 2012]. Среди политиков этот вопрос наиболее обсуждаемый. Последние драматические события в Ливии и Сирии заставляют переосмыслить предыдущий опыт урегулиро-

вания конфликтов. Но по-прежнему ряд западных стран признают необходимость силовых мер, если мирный вариант становится неэффективным. Автор подчеркивает, что гражданское население страдает и становится жертвой конфликта в результате как преднамеренных нападений со стороны участников военного противостояния, так и неизбежного применения силы при урегулировании. Ко всему вышесказанному автор также отмечает немаловажный факт бесконтрольного распределения оружия и бегство высокопрофессиональных военных из этой страны, что дестабилизирует ситуацию в соседних странах. В заключение Филатов делает вывод о необходимости глубокого анализа событий «арабской весны», который в дальнейшем позволит в полной мере обеспечить способность международного сообщества эффективно реагировать на возникающие конфликты.

Политически нестабильная ситуация ближневосточного региона не может не сказаться на экономической сфере международных отношений. В статье «Сегодня недостаточно располагать запасами нефти, надо иметь передовые технологии ее добычи» Юрий Шафраник, президент фонда «Мировая политика и ресурсы», отвечает на вопросы «Международной жизни» о предстоящих изменениях цен на нефть и факторах, влияющих на это ценообразование [«Международная жизнь», август 2012]. В интервью Шафраник говорит о том, что цена нефти зависит от ряда факторов: экономики, политики и прогресса в развитии технологий. Автор пишет: «Стремление США и Евросоюза обеспечить свою энергетическую независимость от импорта нефти из политически неустойчивого Ближнего Востока привело их к необходимости развивать собственные ресурсы: сланцевый газ и нефть в США, возобновляемые источники энергии в Европе». Последние события в регионе Ближнего Востока не оказали решающего влияния на общую ситуацию на мировом рынке нефти. Рост социальных расходов нефти и газа в странах Персидского залива сократил пространство для маневрирования цен странами ОПЕК. В итоге стимулирование добычи нефти в США и технологический прогресс приобрели большое влияние на уровень мировых цен на нефть.

Анализ показал максимальную объективность и взвешенность освещения международных проблем и ситуаций в журнале МИД России «Международная жизнь».

г. Ростов-на-Дону





А.Быкадорова

Применение фрейм-анализа при изучении медиа

Аннотация: К российским СМИ вполне применимы методы технических наук. Фрейм-анализ является методом изучения медиа. Автор приводит определение термина «фрейм» и приводит пример фрейм-анализа.

Ключевые слова: фрейм, фрейм-анализ, медиа, СМИ.

Методы технических наук все чаще становятся способами изучения объектов в науках гуманитарных. Одним из таких способов является фрейм. Фрейм как структура данных для представления стереотипной ситуации, логическая запись, каждому полю (слоту) которой соответствуют основные элементы понятия, был предложен Марвином Мински (в 1974 г. вышла его книга – «Фреймы для представления знаний», на русском языке работа вышла в 1979 г.).

Американский ученый использовал термин для описания логических мыслительных процессов, чтобы перенести их в новые электронные системы. «Фреймом Мински называет некую совокупность определенным образом структурированных данных, в которых закодирована стереотипная ситуация. При этом он не различает человеческое мышление и искусственный интеллект, считая, что процесс мышления человека основан на наличии в его памяти большого набора разнообразных фреймов, из которого при необходимости отбирается соответствующий» [Цит. по: 1, с. 14].

Однако предложенное понятие стало применяться не только в науках, исследующих искусственный интеллект. Фрейм – термин, широко применяющийся в социологии, психологии, лингвистике, педагогике, и обозначает способ организации представлений, хранимых в памяти. При этом фрейм приобрел в каждой отдельной гуманитарной науке по несколько уточняющих дефиниций. Например, лингвисты приводят такой пример: «Во многих ситуациях, когда в русском употребляется слово «утро», носители немецкого языка употребили бы слово Vormittag «предполуденное время», которое входит в семантическое поле вместе с лексическими единицами «утро», «послеполуденное время», «вечер» и «ночь». Таким образом, чтобы точно определить границы значения слов «утро» или «вечер», необходимо

знать, какие отрезки времени суток существуют в данном языке как самостоятельные сущности, т. е. осознать объем и содержание всего семантического поля» [Там же]. Необходимо отметить, что лингвистическому разнообразию понятия «фрейм» посвящено несколько серьезных научных исследований [2].

В отличие от типа и вида фрейм обладает гибкой структурой и не так догматичен. Фрейм подходит для описания процессов и отдельных понятий, а также явлений. Однако и фрейм становится схематичным описанием сложных объектов гуманитарных исследований. Фреймы, по мнению Мински, необходимы, т. к. восприятие явлений происходит одномоментно, параллельно. Поэтому сложный трехмерный анализ (а по некоторым данным современной физики – четырехмерный) предполагает, что фрейм является лишь сценарием, схемой, скелетом и, как представлено на рис. 1 – проекцией на плоскости знания о гуманитарном объекте в данной области исследования.

Как видно на рисунке, фрейм – это область знания, отраженная на плоскости. И, конечно, далеко не всегда даже в схематичном виде она должна быть правильной геометрической формы. При этом необходимо отметить, что проекции-фреймы имеют некую общую совпадающую часть, которая представляет собой перечень формальных признаков исследуемого объекта. То есть совокупность фреймов будет представлять собой пересекающиеся по прямой плоскости – рис. 2, где плоскости альфа, бета и гамма представляют собой области знаний истории, лингвистики и психологии, а отрезок АВ характеризует формальные временные признаки периода. При этом таких плоскостей может быть бесконечное множество.

Таким образом, для конкретной гуманитарной науки фрейм представляет собой плоскость с выделенной на нем областью уже известного знания. При этом со временем и с появлением глубинных исследований фрейм может менять границы выделенной области. Такой подход обосновывает ряд научных парадоксов, при которых объекты в одной науке, относящиеся к различным классам, в другой могут соответствовать одному и тому же фрейму. Соответственно такому подходу можно дать общегуманитарное определение термину «фрейм» – как структуре знания о предмете (понятии, явлении, событии, временном промежутке, отдельном издании) в конкретной области науки, обладающей теми стереотипными при-

Об авторе: Быкадорова Александра Сергеевна, соискатель кафедры средств массовых коммуникаций Южного федерального университета.

знаками и характеристиками (очерченные рамки), которые являются объектом исследования для данной науки.

Соответственно, для теории журналистики будет актуальным фрейм как единица измерения средств массовой информации в целом, а также конкретных медиа. Тип ограничивает количество и качество моделей СМИ, обобщая порой несовместимые. Фрейм описывает скелет, на который нанизываются остальные характеристики. Рассмотрим понятие фрейм применительно к СМИ.

Система СМИ подразумевает функционирование нескольких десятков типов журналов и газет, радио и ТВ, Интернет-СМИ. Каждый тип СМИ подразделяется на подтипы или фреймы. Таким образом, выстраивается классификационная иерархия данных понятий. Основой такой системы становится фрейм – совокупность признаков конкретного медиа. Именно данные фрейма становятся отправной точкой для исследования. При этом каждая «ступень» иерархии – это совокупность более «мелких» единиц измерения: начиная от фреймов, заканчивая видами средств массовой информации. Фрейм – это совокупность признаков, характерных для конкретного средства массовой информации; тип – группа фреймов, т. е. СМИ с совпадающими характеристиками признаков; вид – совокупность типов СМИ, т. е. ряд групп, в которых признаки СМИ совпадают частично; класс – совокупность видов СМИ, а система СМИ – это совокупность существующих классов СМИ, является универсальной для изучения средств массовой информации.

На основании всего сказанного выше мы можем сделать вывод: тип медиа – это совокупность совпадающих полностью или частично фреймов, как наборов признаков конкретных СМИ. Фрейм в данной схеме может быть полным или неполным – в зависимости от имеющихся данных и описательной составляющей.

При этом конкретизированы и остальные понятия типологической системы, такие как вид и класс. Таким образом, фрейм как единица учета признаков средства массовой информации может применяться не только для классификации печатных СМИ, но и электронных, и традиционных медиа. При этом набор признаков, входящих в такое понимание фрейма, может изменяться в зависимости от вида СМИ, а тип также будет представлять собой совокупность признаков фреймов.

Например, рассмотрим фрейм «многотиражка» – заводское издание советских времен. Потенциально данный объект может быть интересен нескольким гуманитарным наукам. С точки зрения филологии и лингвистики – как концепты понятий «многотиражка», «фабрично-заводские газеты», «вузовская печать», «рабселькоровское движение», которые появлялись в разные исторические периоды, но связаны между собой. С позиций историко-социального исследования многотиражки

интересны как феномен советского периода развития общества в 1920–1980-е гг., т. к. являются частью социальных институтов того времени. С точки зрения культурологии и кросс-культурных исследовательских позиций, многотиражка является феноменом, участвующим в формировании корпоративной культуры организации, и частью корпоративной культуры.

С точки зрения журналистики многотиражка представляет собой тип издания – это газета, выпускаемая заводом, вузом или другой государственной организацией, отражающая главным образом их деятельность. Многотиражки в России стали активно появляться в начале 20-х гг. XX века. Кроме того, многотиражные издания появлялись в качестве органов печати отдельных крупных советских строек – БАМ, Волго-Донской канал и др. Фрейм «многотиражка» не является статическим, а представляет собой феномен, который развивается в пространстве и времени даже относительно критериев одной науки. Так, Д.А. Мурзин выделил вид изданий «Многотиражки для города»: «Этот подвид включает в себя прежде всего газеты градообразующих предприятий. Будучи заводскими, они одновременно выполняли и выполняют функции городских газет» [3, с. 123]. Таким образом, в толковании исследователя субфрейм «многотиражка» приобретает новые свойства, влияющие на тематику, проблематику издания, чем существенно отличается от собственно устоявшегося фрейма «многотиражка». Такое дробление будет характерным для целого ряда наук. Автор данной статьи предлагает различать фрейм «многотиражка» для истории журналистики и теории журналистики.

Структура фрейма медиа может трактоваться как совокупность равнозначных признаков издания: формальные (визуальные) – учредитель/издатель, временной период существования, формат, объем, тираж, периодичность, графическая (дизайнерская) модель; содержательные – тематическое и жанровое своеобразие, рубрикатор; синтетические (полученные путем анализа) – цель издания, аудитория:

Учредитель/издатель – государственная, общественная, творческая, профессиональная организация, ведомство или частное лицо, имеющее право выпуска печатных изданий и ведущее такой выпуск. Принято считать, что корпоративные СМИ выпускают коммерческие организации, преследуя маркетинговые цели.

Период функционирования – период выхода издания в свет, эта характеристика вводится впервые. Корпоративные средства массовой информации существуют достаточно ограниченный период времени, о чем подробно говорится во втором параграфе второй главы.

Формат – техническая характеристика одной полосы издания. Для печатных изданий – в соответствии со стандартом «ГОСТ 5773-90 Издания книжные и журнальные. Форматы», где формат опреде-

ляется размерами страницы либо долей печатного листа (в случае электронных СМИ – единица хронометража). Формат издания – профессиональный термин, который используется для описания внешних параметров издания.

Объем – число печатных листов либо количество полос в одном выпуске печатного издания, в случае с электронными изданиями могут использоваться иные единицы измерения (например, килобайты).

Тираж – количество экземпляров одного выпуска (номера) издания. В случае с электронными СМИ данный признак может быть заменен на аудиторию просмотра одного выпуска издания.

Периодичность – количество выпусков (номеров) издания за определенный период времени (в год, месяц, неделю и т. п.).

География распространения (или масштаб издания) – предполагаемая территория распространения издания.

Графическая (дизайнерская) модель – схематичное описание особенностей дизайнерской модели издания и верстки, сориентированная на анализ основных элементов верстки.

Содержательные признаки издания отражают проблемно-тематическое поле, охватываемое СМИ, а также дают представления о жанровой структуре:

- рубрикатор – основные структурные разделы, постоянно появляющиеся в номерах издания;
- проблематика и тематика – основные проблемы, затрагиваемые изданием из номера в номер;
- жанровое своеобразие – предпочтения к информационным, аналитическим или художественно-публицистическим жанрам;

Синтетические признаки, полученные из отчетов, предварительных исследований (данная разновидность признаков фрейма дает представление о предполагаемых по экспертным оценкам характеристиках, которые получены путем анализа различных данных. Такие данные могут быть получены в результате отдельно проведенных исследований: глубинных интервью, соцопросов, анкетных данных и др.).

– Цель издания – предполагаемое направление, на которое направлены стратегические и тактические действия издателя. Цель издания может по-разному восприниматься издателем и читателем, поэтому данный признак мы относим к синтетическим.

– Читательская/зрительская аудитория – категория людей, регулярно читающих данное издание, являющихся зрителями программы. Данный показатель значительно отличается от тиража в случае с корпоративным изданием, т. к. издание компании зачастую читают семьями. Данные, предоставляемые издателем в медиаките, могут значительно отличаться от данных независимых исследований.

К синтетическим признакам можно будет отнести контекст появления медиа (технические предпосылки, социальные и др.), редакционную политику, принадлежность издания к тем или иным политическим движениям и другие аспекты деятельности СМИ. При этом перечень слотов фрейма может меняться в зависимости от специфики рассматриваемых медиа.

2. Ростов-на-Дону

Примечания:

1. Некрасов С.И. Значение теории фреймов в современной науке / С.И. Некрасов, Н.С. Молчанова // Научные ведомости Белгородского госуниверситета – № 16 (71) – 2009. – С. 13-17.

2. Мурзин Д.А. Феномен корпоративной прессы. – М. : ИД «Хроникер», 2005.

См., например: Никонова Ж.В. Фрейм в контексте лингвистической науки / Ж.В. Никонова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2008. – Т. 2. – № 4. – С. 86-89; Соколова О.В. Вестник Астраханского государственного технического университета. – 2007. – № 1. – С. 263-239; Стренива Н.В. Понятийный потенциал термина «фрейм» / Н.В. Стренива // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2009. – № 11. – С. 6065 и др.



Рис. 1. Проекция знания о гуманитарном объекте

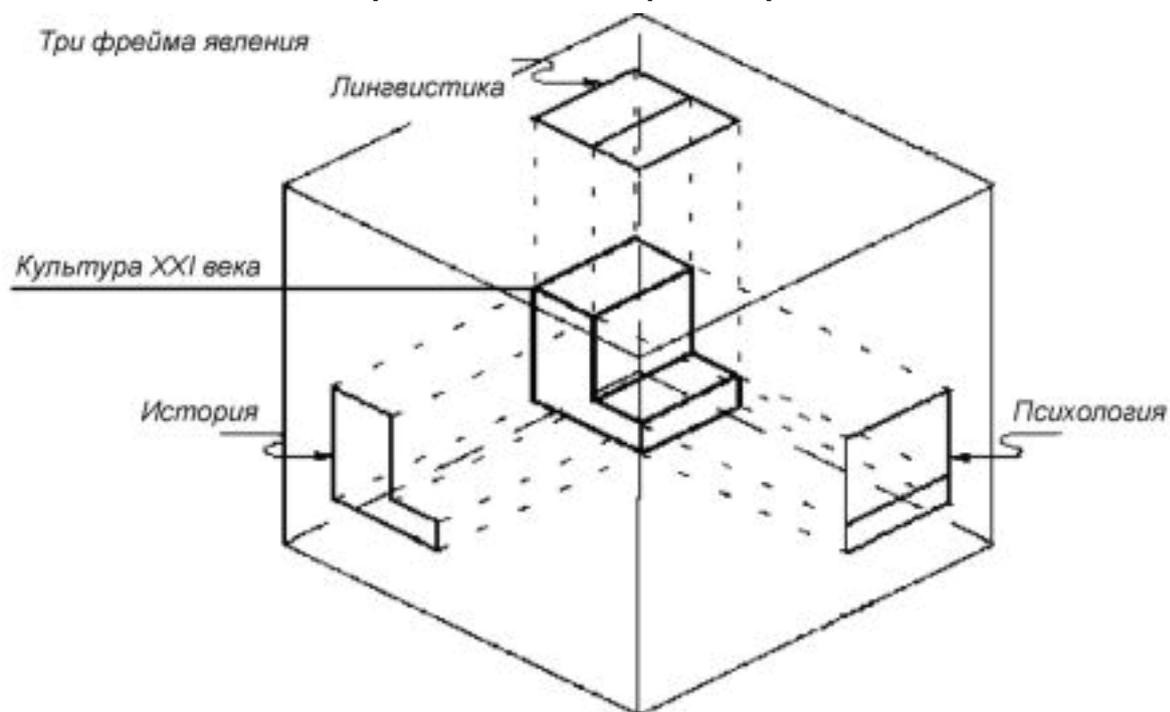
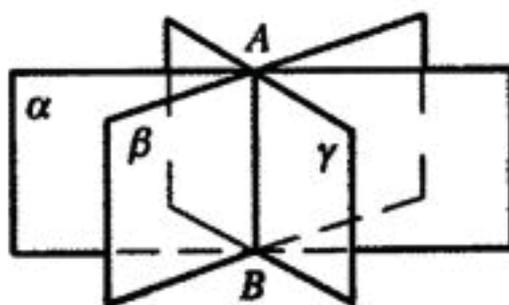


Рис. 2. Набор плоскостей, характеризующих различные предметные знания на оси времени





Н. Дивеева

Влияние информационных технологий на создание новых форм популяризации науки

Аннотация: Статья посвящена анализу применения информационных технологий при создании научно-популярных текстов и изображений. Автор говорит о преобладании визуализации, использовании компьютерных и сетевых технологий в современной научной популяризации.

Ключевые слова: Текст, научная популяризация, новые информационные технологии, визуализация.

Популяризация науки как важный вид деятельности в сфере науки и журналистики в течение свыше двух веков осуществлялась в виде публикаций в печатных изданиях – книгах и журналах. Это было обусловлено значимостью языка прессы для формулировки, хранения и передачи научного знания. Разумеется, научно-популярный текст не исключал и даже предполагал наличие в нем иллюстраций и схем, облегчающих понимание излагаемых научных идей. Дальнейшее совершенствование форм научной популяризации пошло по пути использования радио и телевидения, музеев, демонстраций достижений науки на выставках. При этом использование визуального кодирования информации в научно-популярном произведении является предпочтительным, поскольку благодаря этому изложение становится более доступным и увлекательным.

На современном этапе популяризация науки переживает «визуальный бум», и это естественно, в силу того, что научная популяризация является формой массовых научных коммуникаций. В значительной степени такой поворот обусловлен широким распространением компьютерных технологий. Некоторые исследователи справедливо характеризуют компьютер как «единый терминал», позволяющий осуществлять доступ к самому разному содержанию¹. Основанием для этого служит тот факт, что появление цифровых технологий уравнило виды информации, которые традиционно отождествлялись с различными каналами (текстовая информация — с газетами, журналами, книгами, аудиальная информация — с радио, визуальная информация — с телевидением). Эти изменения привели к тому, что многие привычные ограничения, наложенные на структуру научно-

популярных произведений, снимаются. В частности, компьютерные технологии позволяют авторам научно-популярных текстов включать в состав своих произведений графику, видео, интерактивные элементы, а современным лекторам — использовать возможности презентационного оборудования для повышения воздействия на аудиторию.

Одной из важнейших позиций, которые лежат в основании типологии форм популяризации, является противопоставление «медийного» и «организационно-событийного». Разумеется, любая форма популяризации науки — это явление прежде всего коммуникативное, направленное на передачу знаний и информации. Однако мы все же можем противопоставить эти две категории форм популяризации науки на том основании, что медийные формы (статьи, журналы, телепрограммы, телеканалы и т. д.) представляют собой сообщения, тогда как событийно-организационные формы (кружки и клубы, демонстрации опытов, музеи, фестивали науки) предполагают непосредственное участие того, кому они «адресованы».

В контексте данной работы представляется существенным тот факт, что усиление визуального начала характерно не только для медийных, но и для организационно-событийных форм популяризации. И это только доказывает тот факт, что описываемый процесс является чрезвычайно значимым. Рассмотрим его проявления подробнее.

Благодаря новым информационным технологиям происходят серьезные количественные и качественные изменения каналов передачи визуальной информации. Что касается количественных изменений, то их лучше всего проиллюстрировать тенденциями в научно-популярном телевидении.

В советское время существовало небольшое количество научно-популярных программ, что было обусловлено минимальным количеством государственных каналов и отсутствием негосударственного телевидения. В настоящее время число телеканалов заметно увеличилось, и руководство новых каналов в той или иной степени проявляет интерес к научно-популярной продукции; в любом случае, увеличение общего числа телеканалов создает и условия, и необходимость для увеличения числа научно-популярных телепрограмм.

В настоящее время существуют целые каналы, специализирующиеся исключительно на научно-популярном вещании, причем таких каналов немало («Наука 2.0», «24 Техно», «GalaxyTV», «Психология 21», «Мега», европейских «Da Vinci Learning»,

Об авторе: Дивеева Наталья Валерьевна, соискатель кафедры Средств массовых коммуникаций Южного федерального университета, руководитель научно-развлекательного образовательного проекта «АртНаука: физика невозможного».

«Viasat Nature» и «Viasat History», «Discovery» и др.).

Разумеется, научно-популярное вещание представлено не только научно-популярными каналами, оно присутствует и на общественно-политических и развлекательных каналах. И здесь мы переходим к другому важному моменту — роли Интернета. Дело в том, что значительная часть научно-популярных программ распространяется не только посредством телевизионного вещания, но и через Интернет-представительства данных каналов. В частности, сайт ВГТРК RUTV.RU (<http://rutv.ru>) предоставляет доступ к выпускам таких программ, как «ЕХперименты» («Россия 24», «Россия 2»), «5 чувств» («Россия 2»), «Poly.Tech» («Россия 2»), «Опыты дилетанта» («Россия 2»), «Academia» («Россия К»), «Технопарк» («Россия-24»), «Основной элемент» («Россия 2»), «Наука 2.0» («Россия 24») и др. На сайте телеканала «Россия-1» (<http://russia.tv>) представлены выпуски научно-популярных телепрограмм (в том числе и тех, которые в настоящее время не выходят). Среди них следует назвать «Очевидное — невероятное», «Диалоги о животных», «Особый случай», «Дело Х. Следствие продолжается» и др. Канал Euronews (<http://ru.euronews.com>), одним из учредителей которого наряду с национальными, государственными и общественными каналами разных стран является ВГТРК, также предоставляет возможность смотреть не только вещание в режиме онлайн, но и выпуски отдельных программ и рубрик, посвященных науке: «Innovation», «Космос», «Наука», «Futuris», «Хай-тек».

В Интернете представлено большое количество сайтов научно-популярной направленности. В контексте данной работы представляется существенным тот факт, что в основе некоторых научно-популярных сайтов лежит такой жанр, как видеоподкаст. В качестве примера можно привести проект «Постнаука». Изначально портал функционировал как сайт, на котором выкладывались в доступ небольшие по объему видеоматериалы, представляющие собой монологи или мини-лекции ученых самых разных областей знания. Использование сервиса «Youtube» позволяло распространять данные материалы в виде канала с подпиской, то есть в формате видеоподкаста.

В результате распространения новых информационных технологий переживают трансформацию многие традиционные жанры научной популяризации. В частности, это касается научно-популярной лекции. Возможность снять на видео и предоставить в свободном доступе публичную лекцию сказывается не только на потенциальной аудитории подобного события. Трансформации данной формы популяризации носят гораздо более глубокий характер. Прежде всего, правомерно утверждать, что мы имеем дело с формированием нового (и при этом широко распространенного) жанра — видеолекции, который является продуктом творческой деятельности не самого лектора, а группы профессионалов (лектора, оператора, видеорежиссера и т. д.).

Представляется принципиально важным, что такая лекция одновременно выполняет две функции. С одной стороны, она существует как лекция в традиционном смысле, то есть как событие, в котором можно принять участие. С другой стороны, на основе этого события создается видеосообщение, которое в дальнейшем функционирует как самостоятельное произведение.

В качестве примера можно привести публичные лекции, устраиваемые сайтом «Полит.ру» (http://www.polit.ru/lectures/publ_lect/). Фактически это лекции, которые проводятся в неформальной обстановке и предназначены для широкой аудитории. Они привязаны к конкретному месту в Москве (это клуб «Zavtra», кафе «Пирог на Сретенке») и лишь в редких случаях проводятся на других площадках. Трансляцию этих лекций можно посмотреть на сайте «Полит.ру»; там же выкладываются видеозаписи лекций. Тематика лекций самая широкая, на них приглашаются ведущие специалисты самых разных областей, как естественнонаучных (химия, физика, астрофизика, медицина, биоинформатика, биология, генетика, вулканология), так и гуманитарных (филология, социология, политология, культурология, история искусств, экономика, юриспруденция).

Огромную визуальную составляющую имеет такая новая форма популяризации науки, как виртуальный музей. Музей вообще в значительной степени ориентирован на визуальное восприятие — текстовая составляющая (надписи под экспонатами, комментарии экскурсовода и т. п.) выполняет в рамках экспозиции важную, но все-таки второстепенную роль.

Существует две основных разновидности виртуальных музеев. Во-первых, это «созданная с помощью компьютерных технологий модель придуманного музея, существующего исключительно в виртуальном пространстве», которая «воспроизводит некоторые составляющие реального музея: каталоги «коллекций», «экспозицию» и т. п.» Отличительная черта такого музея — использование трехмерных виртуальных экспозиций, которые позволяют совершать по экспозиции виртуальные путешествия³.

Вторая разновидность — это «электронные публикации объединенных по тематическому, региональному, проблемному или иному принципу подборок артефактов, в действительности находящихся в разных местах и не составляющих коллекций»⁴.

Существуют также виртуальные представительства реальных музеев. Например, виртуальные панорамные туры по экспозициям предлагает сайт Политехнического музея (<http://www.polymus.ru/o-muzee/panoramnye-tury/>). Всего доступно пять таких туров: «Ядерный век России», «От песка до процессора», «Автоматика и кибернетика», «Добыча нефти», «Русский свет». Каждый тур дает полную панораму зала, а также возможность движения вправо или влево и приближения или удаления,

что в целом позволяет имитировать перемещение по залу и приближение к экспонатам, а также удаление от них. Создание панорамных туров в значительной степени было обусловлено закрытием Политехнического музея на реконструкцию, связанную с созданием на его базе Музея науки.

При этом стоит обратить внимание на тот факт, что визуальное кодирование информации в виртуальных музеях не обязательно связано с представлением конкретных явлений действительности. Экспозиция виртуального музея может быть построена таким образом, что ее экспонаты будут передавать абстрактные идеи и информацию. На это, в частности, указывает С. Поздняков: «Каждый экспонат виртуального музея овеществляет какую-то важную, возможно, даже переломную, идею в развитии данной науки. Но идея представлена не словесным описанием, не изложением трудных и понятных только специалисту формул, а установкой, хотя и виртуальной, то есть никогда не изготовленной «в металле», но которую можно видеть (может быть, слышать и даже трогать), а главное, с которой можно работать: нажимать кнопки, вращать ручки, заглядывать внутрь и т. д.»⁵.

Развитие новых информационных технологий привело к возникновению новой формы популяризации науки, в основе которого лежат виртуальные (компьютерные) модели. В основном эта форма популяризации представлена компьютерными программами, хотя она может использоваться в виде интерактивных киосков, ярких демонстраций на выставках и широко применяется при создании программ планетариев.

Как отмечает А.В. Леонов, у электронных технологий моделирования есть четыре применения в сфере науки и ее распространения: документирование, визуализация, образование и шоу⁴. Первые две цели чрезвычайно ценны с точки зрения научной деятельности. Две последние цели — образование и шоу — имеют отношение к популяризации науки. И современная популяризация науки достаточно активно осваивает эти возможности.

В качестве одного из ярчайших примеров можно привести астрономические программы, которые моделируют Солнечную систему и изученную человеком часть Вселенной. В настоящее время таких программ существует чрезвычайно много. Среди них можно назвать «SpaceEngine», «DigitalSky», «Stellarium», KStars(из пакета KDE), «AlphaCentaur», «CartesDuCiel», «C2A» и др. Существует также немало компьютерных программ научно-популярного и обучающего характера, посвященных таким дисциплинам, как физика, химия, биология и т. п., однако их число не так велико по сравнению с астрономическими программами. По всей видимости, это объясняется чрезвычайной значимостью, которую имеет компьютерное моделирование в астрономии.

Как уже указывалось, визуальность усиливается не только у медийных форм популяризации науки. Организационно-событийные формы по-

пуляризации также претерпевают «визуальный бум», и это находит отражение в возрастании значимости такого качества, как зрелищность. Зрелищность проявляется в том, что популяризация науки все чаще приобретает черты яркого, подчас масштабного шоу. В основе этой тенденции лежит тот факт, что популяризация научного знания традиционно использует яркость и увлекательность в качестве инструмента привлечения и удержания внимания аудитории. Например, в структуру парижского «Города науки и индустрии» входят не только Музей науки и индустрии, детский научно-развлекательный центр, подводная лодка «Аргонавт», но и сферический кинотеатр «Жеод», в котором фильмы и прямые трансляции с концертов проецируются на огромный сферический экран, не уместающийся в поле человеческого зрения, а также планетарий. В таких центрах широко используются интерактивные формы, вовлекающие посетителей, и прежде всего детей, в демонстрации, игры, эксперименты и непосредственный контакт с тем, что изучается. Важную роль играют видео- и компьютерные технологии, позволяющие показать и смоделировать объекты, о которых рассказывается.

Причины интереса популяризаторов науки к зрелищности — в росте значимости рекреативной функции научной популяризации, а также в превращении популяризации науки в особую сферу индустрии развлечений. Рассмотрение этих изменений в установках популяризаторов науки не входит в цели данной статьи. Однако хотелось бы отметить, что подчас данные установки ведут к тому, что визуальная составляющая используется не как средство передачи информации, а как инструмент, направленный на то, чтобы вызвать у зрителя чувственную реакцию (впечатлить, удивить, испугать и т. д.). В конечном счете, это ведет к вырождению популяризации науки, которая перестает выполнять свои важнейшие функции: распространение научного мировоззрения и научного знания, привлечение в науку молодежи, формирование положительного образа науки.

С другой стороны, визуальность в популяризации науки нельзя недооценивать. В связи с этим уместно привести следующее соображение А.В. Леонова, высказанное им в связи с компьютерными технологиями моделирования и их ролью в популяризации науки: «В шоу понимание возникает не вследствие обучения, а как озарение. Это озарение построено на конкретном механизме — выявлении и демонстрации архетипа, общего образа, который понятен широкой публике без специальных разъяснений. Демонстрация научных и технических достижений в формате шоу, образное объяснение «устройства мира» — это, возможно, один из важнейших механизмов «обратной связи» между наукой и обществом. Методы «виртуальной реальности» могут успешно использоваться для этих целей»⁶.

Таким образом, можно утверждать, что на современном этапе в популяризации науки наблю-

дается огромный рост значимости визуальной составляющей. У этого процесса имеется ряд причин. С одной стороны, к этому приводят внутренние факторы: научная популяризация как особый тип дискурса предполагает простоту и увлекательность, и визуальное кодирование информации заметно способствует реализации этих качеств у научно-популярных произведений. С другой стороны, имеется ряд причин внешнего характера. Прежде всего, это общее усиление визуального начала, характерное для современной культуры в целом.

г. Ростов-на-Дону

Примечания:

1. См., например: Шеремет В.В. Типология медиаконвергенции // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. 2012. Вып. 1. С. 173-176.

2. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. № 5. С. 49.
3. Там же.
4. Поздняков С. Виртуальный музей занимательной науки // Компьютерные инструменты в образовании. 2000. № 3-4. С. 114.
5. Леонов А.В. Четыре аспекта виртуальности: документирование, визуализация, образование, шоу // XVIII годичная научная конференция, посвящённая 80-летию ИИЕТ РАН: Москва, Институт истории естествознания и техники им. С.И. Вавилова РАН, 17–19 апреля 2012 г. : Труды конференции, Т. II. М. : Янус-К, 2012. С. 834-837.
6. Там же. С. 835.





С. Страшнов

Некоторые принципы и опыты монографического анализа медиявлений

Аннотация: в предлагаемых материалах можно найти размышления об одном из самых популярных типов изучения журналистики, а также компактные примеры конкретных разборов работы в массмедиа на нескольких локальных уровнях.

Ключевые слова: монографический анализ, публикация, выпуск, рубрика, жанр, творческая манера.

Помимо самых продуктивных в изучении СМИ методов, о которых частично и кратко говорилось в предыдущей нашей публикации¹, следует выделять, учитывать, характеризовать и ведущие типы исследований, которые объединяют не только все те же разделы медиалогии (теорию и историю журналистики, медиакритику и теорию коммуникации), но активно используются в смежных гуманитарных науках. Ученому недостаточно предложить наиболее подходящие к случаю понятия, – от него ждут, чтобы он еще обеспечивал обсуждение протекающих в реальности процессов методологически – наиболее адекватными и глубокими подходами. А к ним можно отнести исследования локальные (монографические), аспектные и сводные (системные), в идеале друг друга дополняющие.

Первый, отличающийся отдельно взятым объектом анализа, – один из самых популярных и в истории журналистики, и в медиакритике. Достаточно сказать, что до половины глав в обобщающих работах, посвященных истории русской журналистики XVIII и XIX веков, представляют собой подробное описание выделяющегося на общем фоне журнала (изредка газеты)². Прежде популярны были и специальные, посвященные одному изданию, монографии³. Востребованность локализации продиктована тем особым обстоятельством, с которым постоянно приходится считаться всем, кто берется постигать журналистику, а именно – беспрецедентными объемами рассматриваемого материала. Чтобы оказаться объективным и убедительным, ученому (критику) поневоле приходится ограничиваться. Но ограничиваться, не теряя по возможности полноты, то есть сосредоточиваясь и достигая при этом определенности, стремясь к целостности понимания.

Об авторе: Страшнов Сергей Леонидович. Заведующий кафедрой, доктор филологических наук, профессор Ивановского государственного университета.

Основными уровнями монографического исследования следует признать рассмотрения: отдельной публикации – отдельного выпуска – отдельной рубрики – отдельного жанра – отдельного автора (творческий портрет) – отдельного типа издания или канала – отдельного типа журналистики (например, аналитической) – отдельного тренда (связанного, например, с фактором или функцией – хотя здесь, как и в предыдущем случае, монографический анализ скорее всего сочтется уже с аспектным⁴). Подходы такого рода представлены в современной практике очень широко. Так, лишь в одном выпуске журнала «Журналист» (№7 за 2013 год) можно найти примеры характеристик единичной телепрограммы («Политика с Петром Толстым» – с. 49-50), целого канала («ОТР» – с. 53-54: где, правда, поневоле, из-за объема публикации, автор действует выборочно – в жанре обозрения, к тому же во многом сотканном из чужих высказываний), есть там же и творческий портрет (В. Соловьева-радийщика – с. 57-58). Набор дополняется вышедшим почти одновременно журналом «Журналистика и медиарынок»: в № 7-8 выделяется сравнительный анализ двух телепрограмм в жанре ток-шоу (с. 39-41).

А теперь остановимся на каждом из названных уровней. Анализ отдельной публикации стараются выполнить обычно, следуя принципу единства содержания и формы. Держа в голове основные компоненты того и другого, интерпретаторы получают шанс сделать наблюдения наиболее детальные. Однако внутреннее устройство медиатекста (или объект любого другого уровня) не может быть исключительным предметом внимания: определение «отдельный», которое нами только что настойчиво повторялось, отчасти условное. Выделенный объект обязательно уясняется, как говорится, в свете чего-то: всего выпуска, жанровой традиции, формата, тенденции. Берется, допустим, какой-либо материал. И чем же мы будем руководствоваться, кроме первичных впечатлений? Характером текущего социально-политического момента, репутацией автора и издания, параметрами жанра, даже местом в номере и на полосе. Сопутствующих обстоятельств, действительно, немало. Но исходной точкой является, конечно, сама публикация: ее информационный повод и тема, позиция автора, особенности построения и стиль подачи проблемы. А обстоятельства дополнительные составят предыдущие (и последующие) материалы на ту же тему.

Непосредственно о том, как имманентный подход сочетается с контекстуальным, можно судить по некоторым из наших опытов, помещенных в «Приложения» (см.: **Разборы 1 и 2**).

К изучению отдельного выпуска давно проявляется повышенный интерес исследователей. Так, в сборнике «Методика изучения периодической печати» (М., 1977) по этому поводу высказывались сразу несколько человек. Обстоятельнее всех – редактор, Б.И. Есин: «Не изучив одного номера, нельзя изучить все издание – журнал или газету. Отдельные номера – это те кирпичики, из которых строится общее здание журналистики»⁵. И приблизительно в том же ключе писали о назначении монографического анализа коллеги редактора В.Н. Станиславлева и И.В. Мыльцына⁶.

Но для начала будущей объект изучения надо еще выбрать, и Есин предлагал в качестве исходного фронтальный просмотр, чтобы отыскать самое типичное, хотя и подчеркивая при этом, что «исключительно важны номера, открывающие издание, начинающие календарный год, закрывающие год, десятилетие и т. д.»⁷. В подобных исследованиях также действует принцип контекста, «один номер необходимо сопоставить со всем комплектом журнала»⁸, но «практически изучение любого журнала, газеты начинается с одного (первого) номера»⁹.

Характерный пример современного постижения отдельного выпуска – статья А.И. Гущиной «Журнал «Штерн»: архитектура номера и особенности концепции»¹⁰. В ней рассматривается последний в 2011 году номер (от 29 декабря) этого новостного иллюстрированного еженедельника общего интереса. Вначале обозначается тип издания и дается краткая историческая справка, а также характеризуются внешние параметры. Остальной материал разбит на пять неравновесных глав: Обложка. Тексты (раздел, намного превышающий всё остальное). Фотографии. Юмористические рубрики. Реклама.

В заглавной части исповедуются в основном тематико-жанрово-функциональный подход, но, кроме того, учитывается оформление – наиболее внимательно фоторяд – а также выбор, особенности интерпретации фактов (и персонажей). Юмористическая рубрика (в чем, пожалуй, видится изюминка статьи) представлена через карикатуры, комиксы, их расположение в номере. В целом исследование напоминает скорее всего последовательную (страницу за страницей) аннотацию, кое-где перерастающую в обзор чуть ли не всех публикаций подряд. Подобная скрупулезность, на наш взгляд, отнюдь не обязательна: что-то можно суммировать, а чем-то несущественным даже и пренебречь – лишь бы уловить и зафиксировать главное. Собственная попытка интерпретации предложена в «Приложении» (**Разбор 3**).

Следующий уровень локальных исследований – осмысление отдельной рубрики. Во многих изданиях, в особенности в объемных еженедель-

ных газетах, помимо традиционных «Новостей», «Политики», «Экономики», «Культуры» и «Спорта», константными являются разделы «Общество», «Человек», «Власть», «Право», «ЖКХ», «Наука», «Образование», «Технологии», «Телевидение», «Книги», «Исторический календарь», «Религия», «Армия», «Нации», «Путешествия», «Расследования», «Светская хроника», «Скандалы» и т. д. – т. п. Порой они разрастаются до нескольких полос и становятся приложениями. Немалым их количеством располагают, к примеру, «Независимая газета» или «Аргументы и факты». У последней это «Здоровье», «На даче», «Кухня» и др. Однако приложения по типу своему почти наверняка относятся к отдельным изданиям, поэтому вернемся пока на позиции исходные.

Очевидно, что рубрики рассматриваются, в первую очередь, в собственной, тематической плоскости. Но, поскольку единство объекта представления обеспечено самой редакцией, исследователей в большей степени должны заинтересовать ракурс проблемы, характер и расположение материалов (включая сюда фотоснимки, рисунки, таблицы и графики), их соприродность и взаимодействие. Опять-таки важен и контекст: постижение рубрики в составе номера или издания в целом (см.: **Разбор 4**).

Некоторые рубрики, вроде «Новостей», «Расследования», «Светской хроники», могут быть жанрово маркированными. Поэтика журналистского жанра – тема для медиалогических исследований традиционная, и в других условиях: постигая журналистику, например, в ее историческом развитии, – приходится обязательно выходить кое-где за пределы отдельных «форм времени» – к их системам и проблеме взаимодействия. Однако, локализовав задачу, мы возвращаемся к осмыслению функционально организованного устройства медиатекста.

Рассматривать его можно по-разному: используя (правда, с поправкой на типологию) методы и методики, принятые в анализе отдельных публикаций, или воспринимая жанр как конкретизацию вида СМИ и журналистской разновидности. Однако для себя, в «Приложении», мы выберем сравнительно новый подход – коммуникологический, при котором сходные тексты определенного рода истолковываются в качестве передаваемых и принимаемых объемных сигналов (см.: **Разбор 5**).

Принципы характеристики отдельного автора не составляют большого секрета: о журналистах, особенно о публицистах, подготовлены и специальные статьи, и даже специальные монографии¹¹. В них преобладают литературоведческие подходы, когда на переднем плане оказываются идейная направленность, излюбленные жанры, творческая манера. Но возможны, более того – необходимы и коррективы, связанные с собственно журналистской деятельностью (учитывающие методы сбора материала, непосредственные контакты с аудиторией, правовую и этическую культуру).

Среди прочего важна и связь автора с основным для себя СМИ, зависимость от его позиции (хотя бывает и наоборот – в тех случаях, если линию издания или канала определяет именно лидер как властитель дум). Особый аспект для обсуждения – эволюционный: в филологических трудах он стандартен даже при том, что далеко не все писатели шли путем самоотрицаний. Однажды счастливо нашедшие себя журналисты меняются еще реже и незаметней, поэтому, говоря о них, делать акцент на постоянном представляется вполне оправданным (см.: **Разбор 6**).

Постижение отдельного типа издания (или канала), отдельного типа журналистики, отдельного тренда предусматривает учет уже достаточно большого перечня признаков. Но важнее все-таки то, что локализация на самых высоких уровнях монографического исследования ощутимо теснится типологией. По словам А.И. Акопова, классификация актуальна даже тогда, когда характеризуется одно издание: «Ведь для серьезного анализа нужно представить, в какой более крупный класс (подкласс, группу) оно входит»¹². То есть в связи с позиционированием СМИ приходится иметь в виду и учредительский, и аудиторный факторы, а также – по модели матрешки – обращать внимание на всё предшествовавшее (номера и рубрики, жанры и авторов). И, видимо, поэтому – в отличие от индуктивного подхода, принятого при рассмотрении отдельного выпуска, – здесь целесообразно использовать дедукцию. Можно, конечно, о многом догадаться, даже вычислить, опираясь на конкретные публикации, однако требование обобщения теперь не позволяет ограничиваться исключительно ими (см.: **Разбор 7**).

Дедуктивный подход тем более продолжает преобладать при определении типа журналистики или основных тенденций ее развития на каком-то этапе, и, в частности, здесь, весьма вероятно, окажутся востребованными методы, характерные для теории коммуникации, где столь значимы концепция адресата и постижение сигнальных систем. Собственно, два последние вида локального анализа находятся скорее на границе с иными типами исследований – аспектными и сводными. В том числе и по этой причине, не обладая излишней самонадеянностью, мы не предлагаем примеров подобного рода разборов в «Приложении», где преобладает лаконичный формат¹³.

Приложение

Разбор 1. Публикация в «Московском комсомольце»

Оценка как основное назначение медиакритики предполагает изначальное понимание, учет специфики. А последняя определяется функцией: прежде всего надо задать вопрос, зачем создается и зачем распространяется потом данный текст, программа, газета и т. п. Как и во времена Пушкина, о субъекте деятельности надо судить по законам, «им самим над собою признанным»¹⁴,

однако – дополнительно – и по тем задачам, которые возложило на него общество. То есть самооправдание владельца таблоида, достаточное для внутренней сертификации качества продукта, может оказаться неприемлемым, когда мы станем рассматривать его в соотношении с засильем развлекательных СМИ. Иными словами, имманентный анализ, действительно, должен подкрепляться контекстуальным.

А теперь – конкретной. 12 июля 2013 года газета «Московский комсомолец» печатает очередной и рядовой материал Калининой, посвященный актуальному событию – активному протесту жителей города с мятежным именем Пугачев (Саратовская область), вызванному убийством молодого человека выходцем с Кавказа. Причем это комментарий не только по жанру, но и по расположению: в начале (на той же странице и высоте, но левее) помещен репортаж с места конфликта. А заверстаны обе публикации одинаково – с выносом экспозиции на первую полосу (чем подчеркнута значимость темы) и последующим продолжением на третьей.

Впрочем, колонки Ю. Калининой неизменно выделяются редакцией и тем, что они располагаются под рубрикой «Злоба дня». И начальная фраза даже более четко, чем в репортаже обозначает суть происходящего: «Жители города Пугачева требуют от властей выселить компактно проживающих там чеченцев» (с. 1). А далее следует серия риторических вопросов, развивающих один – заглавный: почему чеченцы живут в Саратовской области?

Текст, который разворачивается таким образом, не может считаться исключительно аналитическим – он скорее публицистический, и это косвенно подтверждает отличие «Московского комсомольца» от качественной прессы, ориентацию издания на достаточно широкую аудиторию. Собственная точка зрения Калининой устанавливается прежде всего за счет напора множасьихся однотипных выразительных конструкций, однако тем самым обозреватель подготавливает почву для того, чтобы разговор парадоксально, но и прозорливо переместился из небогатого Поволжья в как будто бы благоденствующую сегодня империю Каддырова: «За блестящим фасадом, который с такой гордостью демонстрируется гостям, кроется средневековая пещера. Нависающий потолок, мрак, страх, бедность. Огромное количество чеченцев, проживающих вне Чечни, – самое объективное тому доказательство» (с. 3).

Разоблачаются и неубедительные заклинания федеральных властей: «Из-за бытового конфликта жители города, включая женщин с грудными младенцами, не выходят перекрывать дорогу. Бытовой конфликт – спичка, упавшая в разложенный костер. И разложили его сами власти тем, что больше двадцати лет вели кривую, нечестную политику на Северном Кавказе» (с. 3). Так постепенно сугубо эмоциональный как будто бы комментарий набирает глубину, получает возможность раскрыть читателям глаза на происходящее не только сейчас,

но и в протяженности длительного исторического времени. А это свойства уже достойной журналистской аналитики, поднимающей, в частности, ранг «Московского комсомольца», по крайней мере, до уровня квалоида.

Разбор 2. Публикация в «Коммерсанте»

Другой текст взят из заведомо уважаемого издания – газеты «Коммерсант», причем сугубо качественной – деловой ее тетрадки. Материал А. Солодовниковой «Минск нашел замену “Уралкалию”» (2013. 6 августа. С. 8) интересен прежде всего с точки зрения грамотного осуществления экономического анализа и соответственного воплощения его результатов. Это не первое обращение «Коммерсанта» к теме и поводу (в номере от 31 июля именно «калийный» сюжет стал первополосной новостью), поэтому здесь они постигаются в определенной динамике, которая просматривается уже в начальной фразе: «После того как на прошлой неделе российский «Уралкалий» отказался работать вместе с «Беларуськалием», минская компания начала поиск новых партнеров». Затем автор сообщает некоторые подробности, ссылается на ожидания экспертов и развертывает собственное рассуждение.

Суть перемен заключается в том, что белорусы достаточно быстро заключили новый контракт в Катаре, и Солодовникова представляет его условия и перспективы. Но возвращается она и к выяснению причин предшествовавшего этому демаршу российских коллег. Разбирая конфликт интересов, автор в последней трети своей статьи намеренно заостряет интригу замечанием, что «“Беларуськалий” пока официально не комментировал эту ситуацию, объясняя молчание желанием “выработать взвешенную реакцию на происходящие события”». Разумеется, столь обтекаемая, ритуальная фраза не способна устроить вдумчивого аналитика, поэтому тут же следует поворот: «Но вчера «Интерфакс», ссылаясь на источник в «Белнефтехиме», сообщил...» Так вносится ясность, что фактически и составляет цель подобных публикаций. Данная же завершает прогноз еще одного эксперта.

Что следовало бы подчеркнуть, оценивая журналистское решение проблемы? Во-первых, обилие разнообразных авторитетных источников. Во-вторых, весьма внятную, доступную отнюдь не одним только специалистам манеру изложения. В-третьих, принципиальный отказ от всяческой метафоричности: в первой, общественно-политической, тетради тот же «Коммерсант» избегает ее не всегда – сравним, к примеру, заголовок рассматриваемого материала с другим, расположившимся на странице пятой: «Ливень выступил сапером».

Если же выйти за пределы номера и обратиться к общему стилю работы газеты, то стоит отметить характерное для нее сквозное представление важной темы, даже если она и не относится к самым как будто бы насущным. Выдвинутая как новость еще в конце июля, ситуация в калийном бизнесе не только обстоятельно анализировалась А. Соло-

довниковой, но попутно учитывалась изданием и позднее, причем скорее в спортивной, чем в экономической рубрике: «Господин Керимов мог принять решение урезать бюджет «Анжи» после того, что произошло на прошлой неделе с «Уралкалием» (а его акции подешевели почти сразу на 20 % – С. С.), одним из основных активов предпринимателя...» (2013. 8 августа. С. 1). Такое постоянное внимание к проблеме создает у читателя ее объемное, многоаспектное понимание – ощущение того, насколько всё в этом мире взаимосвязано.

Разбор 3. Один номер газеты «Жизнь»

На этом уровне анализа задача заключается в том, чтобы, не пользуясь никакими предварительными, априорными сведениями, то есть непредвзято и индуктивно – по отдельному выпуску, уяснить характер издания. Человек подходит к лотку со свежей прессой, он ищет, например, нечто такое, что скрасит ему часовую поездку в пригородной электричке. И вот взгляд его останавливается на газете с многообещающим названием «Жизнь». Взяв экземпляр в руки, он быстро уясняет, что издание популярное (тираж более миллиона, если точнее – 1261210), почти треть его (7 полос из 24) составляет телевизионная программа, а реклама занимает приблизительно пятую часть, много иллюстраций (в том числе цветных), но есть и что почитать. На обложке – шесть анонсов, причем каждый из них связан с известными лицами – в основном, артистами и шоуменами, а если одно из них (Селезнева) не столь примелькалось, то его обладатель зато подчеркнута аттестован как «звездный повар» (с. 1). Уже этого опытному читателю может быть достаточно, чтобы понять, чем заполнены остальные страницы. Однако мы с вами не станем слишком спешить, однозначно причисляя «Жизнь», предположим, к массовой прессе.

Открывает избранный выпуск (№ 32 за 2013 год) колумнист газеты Леонид Шахов, чье имя занимает площадь, большую, чем первый материал, который, как визитную карточку, представим целиком: «В ПРОПАГАНДИСТСКОЙ кампании по бойкоту Олимпийских игр из-за т. н. антигейских законов ничего уникального. Обычная антироссийская история. Обычная антироссийская история. И если поведение забугорных либералов еще можно как-то объяснить – для них хорошо все, что русскому плохо, в чем выгода отечественных злопыхателей от бойкота Сочи-2014, не пойму. Отморозить пальчик назло маменьке? Но это детская логика. Пи...сы они. Не геи...» (с. 2). Принципиально отмечено – причем самим автором («ничего уникального»), что лишены новизны и повод, и отношение: акцент, стало быть, сделан на стилистике, а она игровая и стёбная (повторы, антитезы, фразеологизмы, ненормативная лексика, каламбуры).

Две другие политически злободневные публикации того же Шахова гораздо объемнее: в одной разоблачается поведение оппозиционера Навального, во второй – вышучивается высказывание

Барак Обама, причем последний текст сопровождается карикатурой, выполненной в традициях «Крокодила» 1960-х годов. Стилистика журналиста прежняя, претендующая на памфлетность, но температурно ее не выдерживающая – не яростная, а вяловато ироническая. Но в свете решения нашей задачи важнее выяснить, на какого читателя Шахов рассчитывает. Видимо, не на самого дремучего и политически индифферентного, если автор походя упоминает Йельский университет и Карфаген, но и не на самостоятельно мыслящего, если позволяет себе трюизмы вроде тех, «что Вашингтон всех учит демократии» (с. 2). Получается, что основная аудитория «Жизни» – это дилетанты с высшим образованием постперестроечного образца, это обыватели, которые привыкли смотреть по телевизору все подряд. А там, как известно, лидируют передачи о личной жизни звезд – и ровно тем же заполнены оставшиеся полосы издания с соответствующим названием. Даже материал, посвященный В. Путину, в данном случае рассказывает о его прощании с тренером по дзюдо, заметно повлиявшим на судьбу будущего президента страны.

На обозрение выносятся перипетии свадеб и разводов, беременности и целлюлиты. Из достаточно объемных, надо полагать, интервью ставшего недавно отцом британского принца Гарри выбирается самое пикантное признание: «Однако я только и думал, что о подгузниках. Не забыть бы по пути домой купить еще памперсов» (с. 2). Вряд ли это что-то, кроме шутки, но зато оговорка знаменательна для самой редакции: это она «только и думает» о происходящем в области телесного низа или около того. Вот ведь и «Приколы» (а такова фирменная рубрика газеты, содержание которой – крохотные курьезные сообщения, рассыпанные по всему номеру) крутятся вокруг стриптизеров, оргазмов да унитазов.

Итак, одна из трех составляющих массовой прессы (по Херсту) – чужая постель (уборная) – в наличии. Но не забыты и остальные. Чужая смерть (болезнь)? Пожалуйста: пара полос щедро отданы им. Чужой кошелек выглядит и того богаче: обсуждаются дорогие подарки и покупки, впечатляющие ограбления и вымогательства. Есть, разумеется и скандалы («ТВОЙ ДОМ – ТЮРЬМА! Звезду реалити-шоу Дом-2 приговорили к трем годам колонии за мошенничество» – с. 8), и псевдонаучные сенсации («вслед за челябинским метеоритом на Землю огненными шарами могут обрушиться его родственники» – с. 20), и приобщение к псевдотайнам («Личный кондитер Аллы Борисовны раскрыл рецепты ее любимых блюд» – с. 9), и неизбежный гороскоп. Причем в особенной чести такой прием подобной прессы, как обманчивый, гиперболизированный анонс. Выше процитирован подзаголовок интервью «звездного повара», а сам заголовок таков: «Пугачева всегда просит диетическое!» (с. 9), хотя в последующем тексте примадонне посвящена ровно одна фраза, и она ничего из обещанного не содержит: «А у Пугаче-

вой даже есть любимый торт «Флорида», она его заказывает чаще всего на праздники» (с. 9). Что это за торт, из чего он состоит, можно догадываться, лишь судя по контексту.

И все же колер «Жизни» не яично-желтый, а бледно желтоватый, тон не разнuzданный, а сравнительно сдержанный. Газета предлагает информацию не только развлекательного, но и потребительского характера. Да и в трактовке традиционных для массовой прессы тем она останавливается на грани приличия, границ не переходя. Редакция, к примеру, охотно демонстрирует полуно (более того, чтобы подчеркнуть избыточный вес К. Собчак, выделяет в отдельный фрагмент фотоизображение ее жировой складки) – но полностью обнаженных тел, обильно населяющих, скажем, «Спид-инфо», мы здесь не увидим. Распространенное мнение: «Жизнь» – это таблоид, но мягкий (см.: Журналистика и медиарынок. 2013. № 7-8. С. 23). По-нашему же получается, что «Жизнь» – не таблоид, но и не квалоид, а умеренно массовая газета.

Разбор 4. Рубрика «Телеведение» в «Литературной газете»

Примером устойчивой, даже фирменной рубрики может стать медиакритический раздел обозначенного в заголовке издания. Он присутствует в газете более десятка лет и отличается от себе подобных не только каламбурным смещением в логотипе, хотя принципиально уже и это: так подчеркивается, что здесь будут преобладать не рекламные презентации телевидения, а выверенные высказывания о нем. Основное же своеобразие заключается в том, что, не являясь, как многие аналогичные, персональной, рубрика весьма монолитна по выражению позиции. В среднем в одном выпуске на десятой полосе помещается 5-6 материалов «ЛГ» или иными профессионалами (это статьи, обозрения, аналитические интервью, развернутые рецензии), остальное – отклики на конкретные передачи, причем отдельные замечания могут принадлежать и читателям. Несмотря на это, авторы «Телеведения» поразительно единодушны: нюансы, даже разноречия возникают иногда на других полосах («События и мнения», «Литература», «Библиосфера», «Клуб 12 стульев») – но только не здесь. Наряду с «Новейшей историей» это – концептуальный центр «Литературной газеты», редактируемой Юрием Поляковым.

Современная телевизионная продукция неизменно и придирчиво оценивается медиакритиками газеты с консервативно-патриотических позиций. Они протестуют против клонирования западных ТВ-проектов, активно сопротивляются процессам коммерциализации эфира и разращению подрастающих поколений. Вот один из характерных и выразительных даже по стилистике пассажей редактора отдела А. Кондрашова: «Отвратительна вся молодежная политика телевидения, которая особенно мерзка на ТНТ» (<http://>

www.pereprava.org/culture/2080-kommercheskomu-televideniyu-ne-nuzhny-zhivye-lica.html.

Как уже, наверняка, заметно, главенствующими в «ЛГ» оказываются категории нравственные. Примеров в достатке – допустим, такой: «**Нужно обладать особым даром, чтобы программу под названием «Свобода и справедливость» превратить в наглядное пособие по вероломству. Любитель шахмат Андрей Макаров продемонстрировал, что чёткий план на игру и психологический прессинг позволяют даже добродетель представить откровенным злом...**» (О. Пухнавцев. Вероломная справедливость // 2013. №6). Критерии эстетические и сугубо профессиональные уступают место этическому постулированию, да еще и достаточно жесткому.

Однако тенденциозность пишущих нередко выражается в сатирической, памфлетно-фельетонной форме, и это подкрепляется соответствующим оформлением: иронические коллажи и карикатуры встречаются на десятой полосе чаще, чем на большинстве других, за исключением, разумеется, последней, юмористической, с которой «Телеведение» таким образом переключается и стыкуется.

Но не менее решительно заявлена в той же рубрике и позитивная программа, сориентированная прежде всего на советскую эпоху и советскую же культуру с их идеализированным, курсивно подаваемым гуманизмом: «Как будто для того, чтобы зрителей специально помучить в новогоднем телемесиве, показали «Карьеру Димы Горина», «Девчат», «Весну на Заречной улице» и другие советские фильмы, где были ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ отношения, где герои были настоящими, а не сериальными, они учились, строили, любили, страдали, боролись и побеждали» (А. Кондрашов. Шоу суррогатов // 2014. № 1-2). И понятно, почему преобладающую часть современной эфирной продукции авторы «Телеведения», отвергая, изобличают и почему, наоборот, их любимцами выглядят просветительский канал «Культура» и православный «Спас».

Разбор 5. Жанр рецензии

Как известно, жанр – это способ функционально мотивированного высказывания, это, как правило, устойчивая, сложившаяся, отшлифованная годами «форма времени». Любой жанр диалогичен, а тот, который мы взяли для постижения сейчас, вообще представляется очевидным коммуникативным механизмом с активной и многосторонней внешней обращенностью. А. Агеев называл рецензию сильнейшим инструментом «влияния на всех участников так называемого «литературного процесса», то есть на писателя, читателя, издателя»¹⁵. Но даже если критик при этом не столько оценивает, сколько оповещает, он все равно вступает в контакт.

Рецензент в данном случае выглядит как источник информации, посылаемой по каналам журнала, газеты либо специализированного сайта потенциальным получателям – людям, желающим

ориентироваться в искусстве (критика литературно-художественная), журналистике (медиакритика), кулинарии (ресторанная критика) и т. д. Будучи помещенным в особый раздел, рецензионный жанр может заявлять о себе рубрицированно, а может сигнализировать о собственном характере исходным указанием на обсуждаемый текст, объемом (большим, чем у аннотации, но меньшим, чем у обзора), монообъектностью. Сложнее с функциями: рецензии бывают и сугубо информационными, и аналитическими, и даже пропагандистскими или рекламными, но только первые две из них обязательны, и вот почему.

Лишенный представления объекта отзыв становится не просто формой эссеистского самовыражения автора – он оказывается не вполне понятным, не обретающим того самого контакта. Презентация обычно осуществляется через аннотирование текста, необходимое прежде всего потому, что получатель, как правило, знакомится с рецензиями на пока ему еще неизвестное. А без анализа страдает аксиология: в справедливости своей оценки критик должен собеседника убедить. Иногда, правда, такое достигается и за счет эмоционального публицистического напора, но большинству получателей необходимы все-таки разумные доводы и обоснования. «И общая концепция оруэлловского романа, и его лексика («двоумыслие», «нутрить», «самостопа», «мыслепреступление») оказываются как нельзя более уместны, потому что Золотоносов описывает тоталитарную систему в целом» (Маркова Д. Мастера самостопа // Знамя. 2014. № 1. С. 225) – в центре предложения у рецензента, а можно сказать, что и в центре всего рецензионного жанра, «потому что».

На стыке реализации информационных и аналитических задач возникает еще одна сила жанрового тяготения – к просветительству. Часто рецензия превращается в беседу знатока с интересующимися, но менее осведомленными и подготовленными лицами, и диалогичность как сущность любого жанра сказывается тогда особенно наглядно. Автор совершает маленькие открытия, но еще и неизменно растолковывает неясное. Прежде всего за счет конкретизации (цитатной, описательной, актуализирующей) основных тезисов, за счет предъявления бэкграунда – мягких напоминаний о предыстории, окружающих объект фактах и обстоятельствах.

Вместе с тем забота рецензента и о том, чтобы расставлять акценты, обращать внимание. Поэтому он, применяя разные коммуникативные тактики, охотно сравнивает, соглашается с авторитетами и, напротив, полемизирует, не только популяризируя, но – опять-таки – аргументируя собственную точку зрения. Однако доверительность беседы располагает, помимо прочего, и к откровенности, и к остротности (неслучайны обороты вроде «возможно», «предположим», оговорки – «впрочем» и т. п.), чуть ли не к извинениям. Иногда рецензент способен поделиться даже своим недоумением, сожалением

нием, разочарованием, если не на высоте оказывается былой кумир. А итожат текст, и тоже нередко, выводы относительно значения нового медиапроекта, фильма, книги – положим, такие: «Именно благодаря вышедшему двухтомнику мы получаем возможность познакомиться с творчеством одного из главных обэриутов, проследить эволюцию поэта и драматурга Бахтерева по избранным произведениям и их редакциям» (Д. Безносов. Бахтерев и во круг // Новый мир. 2014. № 2. С. 192). Заметим, что в приведенной фразе автор объединяет себя с читателями, а в заголовке, кроме главного героя, обозначает и бэкграунд.

Разбор 6. Творческий портрет О. Ролдугина

Для характеристики отдельного автора мы избрали Олега Ролдугина – журналиста достаточно рядового, во всяком случае – вряд ли звездного, хотя и отмеченного одной из профессиональных премий («Золотое перо Руси» за 2012 год). Даже в родном «Собеседнике», где активно работает Д. Быков, это не самый известный сотрудник. Впрочем, для своей газеты Ролдугин за десять с небольшим лет работы все-таки стал величиной. Три, а то и четыре разнокалиберные материала в номере – для него норма, причем его колонка на третьей полосе нередко задает тон всему выпуску. Вообще-то этот жанр в архитектонике изданий нередко уподобляется лирическому отступлению, но в аранжировке нашего автора он часто выглядит прологом, а сам Ролдугин действует не как вольный стрелок-фрилансер, а как редактор-организатор, высказываясь не столько от себя, сколько от всей редакции («Собеседник» узнал об этом...» – характерная и привычная для таких колонок фраза, так же, как и уведомление о том, что можно прочесть на других страницах открываемого номера).

Основная же часть других публикаций О. Ролдугина фигурирует под рубрикой «Расследование», и это естественно, ведь он возглавляет в газете именно данный отдел. Показательно, что и здесь автор выступает не в роли частного детектива, а вновь от лица редакции («Собеседник» обнаружил...» и т. п.), что две статьи, размещенные через страницу, могут перекликаться (как «Девочки для прокуроров» и «Бизнес-круг Медведева» в № 18 за 2011 год), а напоминая о публикациях предыдущих лет являются почти постоянными. Напрашивается суждение о некоей системе гиперссылок, характеризующей работу и рассматриваемого нами журналиста, и газеты в целом – придающей им свойства дополнительного единства.

На разнообразные источники информации опираются и сами расследования. В упомянутом материале «Бизнес-круг Медведева», помимо указаний на документы, говорится о звонках в Управление президента и в некий фантомный медийский фонд, о запросах в Конституционный суд, цитируются представитель Гринписа, выступающий в качестве эксперта руководитель Центра по изучению проблем взаимодействия бизнеса

и власти и однокурсники президента, но особенно широко используются всевозможные досье, сбором которых, судя по всему, настойчиво занимаются все сотрудники отдела, включая его редактора.

Собственно, из досье во многом и выстраиваются те коллективные портреты, мастером каких выступает О. Ролдугин. Как правило, это серия характеристик людей, похожих друг на друга статусно и поведенчески («Неснимаемые губеры» в № 23 за 2012 год), очень часто составляющих свиту самых высоких начальников («Личная гвардия Сердюкова» в № 19 и «В разведку с Путиным: Служить с будущим президентом в Германии оказалось выгодно» в № 22 за 2012 год; «Неразменная сотня Путина: Что стало с кадровым запасом президента» в № 5 за 2013 год) или находящихся с ними в самых близких родственных связях («Жена министра расширяет бизнес» в № 21 за 2012 год). Ролдугин – автор первой, общественно-политической, качественной половинки издания-квалоида. Он не только аналитичен, но и социально активен, что отличало его, по признанию в одном из интервью, со студенческих лет. И там же он подчеркивает, определяя позицию и манеру «Собеседника»: «Наши материалы посвящены громким новостям и событиям и имеют особый способ подачи материала – очень смелый, жесткий» (<http://sobesednik.ru/incident/20121031-oleg-roldugin-zolotyom-perom-nagradili-ne-stolko-lichno-menya-skolko-vsuyu-gazetu-so>).

Расследования Ролдугина почти всегда разоблачающие, поэтому и стилистика нередко фельетонная, однако его перо трудно назвать блистательным. Он подтрунивает, но порой несколько неуклюже и тяжеловесно, как, например, в иронической оде, написанной к шестидесятилетию Генпрокурора Ю. Чайки (№ 19 за 2011 год) «Вы и сами, вероятно, все делали превосходно, просто Вам тоже не всегда везло с окружением, которым Вы же себя и окружили. И только теперь, после юбилея, у Вас есть шанс достойно выйти из этого окружения на пенсию, с чем, собственно, и хочется Вас поздравить <...> Со сроком Вас, Юрий Яковлевич! Только не читайте в этом номере статью на стр. 9. Она – не подарок. Во всяком случае, не для Вас» (с. 3 – от себя: второе «не» уничтожает первое, и получается, что все-таки подарок). Зато любопытны, в качестве скромных новшеств, некоторые формы интервьюирования, где журналист может совсем не задавать вопросов – их заменяют реплики, с помощью которых беседа и подталкивается далее (см., среди прочего, №15 за 2011 год, с. 3 или № 39 за 2013 год, с. 2).

Расширять творческий портрет О. Ролдугина еще в какую-либо сторону не представляется необходимым: контекст газеты и так уже задействован, а для постижения эволюции не хватает резких поворотов в судьбе и практике. Правда, приближающийся к своему сорокалетию журналист начинал свою карьеру на липецком телевидении, где проработал целых пять лет, причем с одной из программ номинировался на ТЭФИ, однако сейчас его профессиональный образ весьма устойчив, даже не-

смотря на то, что Ролдугин изредка позволяет себе рекламные статьи (см.: «Прага без пива – деньги на ветер» в № 19 за 2013 год).

Разбор 7. Тип издания журнала «Власть. Ивановская область»

Должно быть, в России не так уж и много СМИ со столь форсирующим свой официальный статус названием. И тем не менее оно богато иллюстрировано, да и стилистически дистанцируется от канцелярита. Наверное, неслучайно: появилось издание во время бума глянцевого прессы, точнее на его исходе, зато задумывалось явно в ходе. Причем, давая интервью другому региональному *vir*-журналу «1000 экз.» (2008, № 11. С. 78), высокопоставленный чиновник С. Пахомов объявил тогда о прекращении руководством области финансирования просветительского краеведческого издания «Наша Родина – Иваново-Вознесенск» и замене его новым проектом.

Модель журнала «Власть. Ивановская область» сложилась довольно четко. Основные рубрики – хроникальная, «обзор федерального нормотворчества», интервью с кем-либо из первых лиц региона, фотосессии главных событий месяца. Затем – почти обязательно – представляются «партийная жизнь» и «местное самоуправление», иногда «депутатский корпус». Часто присутствуют материалы экономического и краеведческого профилей. Завершаются номера так называемыми «авторскими рубриками» – выступлениями на местные темы колумнистов и блогеров.

Уже этот, последний, раздел обозначил особую степень раскованности «официоза», однако «бантиком» редакция не ограничилась. Скажем, основной тип публикации за заставкой «Местное самоуправление» – «Рейтинг политической выживаемости», где журналисты, не особенно церемонясь, хотя и не зарываясь, регулярно выставляют оценки главам администраций. То есть образ чиновничества «с человеческим лицом» должен возникать даже на «паркете» (сленгово так именуется освещение протокольных мероприятий). Но редакция идет куда дальше: помимо незашоренной трактовки некоторых проблем, а также эссеистики – она постоянно рассказывает то о детских заботах и забавах известных политиков, то об их рабочих столах и служебных автомобилях, то об их – и не только их – дачах. А такие подходы уже весьма напоминают приемы глянцевого журналистики – из наиболее дистанционно близких к «Власти» ивановское издание «*Vir*-квартир», с небольшими перерывами выходившее в 2006–2009 годах.

Как раз в момент запуска интересующего нас журнала известный телеведущий ведущий В. Соловьев говорил о переводе «политики и социалки в сферу гламура и эстрады» («Аргументы и факты». 2008, № 46. С. 36). И надо отметить, что положение политического руководства на местах – в условиях все большей централизации власти, доминирования одной партии – стабилизировалось, а СМИ,

чьими учредителями они являются, реже акцентируют внимание читателей на конфликтных ситуациях, меньше анализируют, зато настойчивей развлекают. Для провластной прессы – в отличие от независимых издательских домов (а в Иваново это были фактически рухнувший «Медведь» и серьезно пострадавший «Частник») – финансовый кризис 2008 и последующих лет не стал фатальным. Вероятно, и потому, что она почти не зависит от рекламных доходов – число баннеров в той же «Власти» мизерное. Под благовидным предлогом сбросив балласт в виде тех же просветительских проектов, чиновники приступили к гламуризации для всех (появление еженедельного выпуска «Ивановской газеты» в формате кваллоида-«толстушки») и отдельно – для себя (журналы «Плес и его окрестности» и, разумеется, «Власть. Ивановская область»)¹⁶.

Последний – это издание отнюдь не пропагандистского, а клубного типа: вначале даже на обложку, чуть ли не как предупреждение «Проезд закрыт!», выносились следующие слова: «Ограниченный тираж. Персональный экземпляр». Так политическая элита региона заботится о своем комфортном медиасуществовании. Журнал «Власть. Ивановская область» представляет собой причудливый вариант чиновничьего гламура, светской хроники в режиме ПР-самообслуживания. И такая тенденция в последнее время лишь нарастает, хотя и с понятными отступлениями в предвыборные периоды, когда целевая аудитория издания предполагает возможные для себя угрозы, когда она нервничает в ожидании будущего. Впрочем, и тогда напрягаясь не слишком сильно.

2. Иваново

Примечания:

1. См.: Страшнов С. К вопросу о методах изучения истории журналистики // Акценты. 2013. № 7-8. С. 56-59.
2. См., например: Есин Б.И. История русской журналистики XIX века. 2-е изд., испр. и доп. М., 2003.
3. См., например: Татарнинова Л.Е. Журнал «Московский телеграф» (1825–1834). М., 1959; Варустин Л. Э. Журнал «Русское слово» (1859–1866). Л., 1966; Бурков Б. «Комсомолка» в шинели. М., 1975 и др.
4. О последнем см.: Страшнов С.Л. Об аспектом изучения журналистики // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. № 3. С. 96-101.
5. Методика изучения периодической печати. Сб. статей. М., 1977. С. 9.
6. См.: Там же. С. 58, 75 и 90, 97 – соответственно.
7. Там же. С. 9.
8. Там же. С. 10.
9. Там же. С. 9.
10. См.: Гуцина А.И. Журнал «Штерн»: архитектура номера и особенности концепции // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 3. С. 95-111.
11. См., например: Букчин С.В. Судьба фельетониста. Жизнь и творчество В.М. Дорошевича. Минск, 1975; Кузнецов Ф.Ф. Публицисты 1850-х гг.: Круг «Русского слова». Г. Благовостов, В. Зайцев, Н. Соколов. М., 1981 и др.

12. Акопов А.И. Типология как метод научного познания: (в применении к исследованию периодических изданий) // Современные проблемы журналистской науки: Ежегодн. сб. научн. ст. Воронеж, 2007. С. 11.
13. Вместе с тем в связи с обозначенными аспектами анализа можем отослать читателей к главам «Бесплатная пресса», «Иллюстрированный журнал», «Инфотейнмент», «Квалоид», «Образовательная журналистика», «Средства массового воздействия», «Форматы» и некоторым другим, опубликованным в нашей книге: Страшнов С. Актуальные медиапонятия: Журналистский словарь сочетаемости. Учебное пособие. Иваново, 2012.
14. Пушкин А.С. Собр. соч.: В 10 т. Т. 9. М., 1977. С. 126.
15. Агеев А. Кое-что о рецензии // Новое литературное обозрение. №44 (2000. №4). С. 305.
16. Нечто подобное происходит и в других регионах – см. об этом, например: Суслов Е.В. Инфотейнментизация как фактор асоциальности региональной прессы // В сб.: Журналистика в 2013 году: Регионы в российском медиапространстве. Материалы международной научно-практич. конференции. Москва, 7–9 февраля 2014 г. М., 2014. С. 194-195.





Г. Тимофеева Литературные блоги как промежуточная форма между литературой и журналистикой

Аннотация: Статья посвящена исследованию литературы блогов с целью выявления в ней признаков интернет-журналистики. Автор приводит определение понятия «сетевая литература», описывает его основные признаки. Это явление обладает рядом специфических черт, которые раскрываются в статье. Постановка вопроса обусловила сопоставление интернет-журналистики и сетевой литературы. Исследование жанровых особенностей позволяет перейти на многоуровневое сопоставление сетевой литературы и журналистики. Это даёт возможность выйти на новый уровень осмысления феномена блог-литературы. Многие аспекты этого явления остаются ещё малоизученными и нуждаются в дальнейших исследованиях.

Ключевые слова: сетевая литература, блог-литература, интернет-журналистика, литературные блоги, блогосфера, жанры.

До сих пор встречается мнение, что сетевая литература ничем не отличается от традиционной, кроме формы носителя (бумага и Интернет). Различия есть. В чём именно они заключаются, а также, какие функции сближают между собой сетевую литературу и журналистику, мы покажем, проанализировав основные функции блог-литературы.

Литература в Сети обладает многими свойствами, которых не было у до-сетевой литературы. И даже если считать, что гипертекст не является уникальной особенностью сетевой литературы (как, например, утверждают А. Житинский [1], Г. Жердев [2], М. Кононенко [3], Д. Коваленин [4] и др., приводя в качестве примера гипертекста в традиционной литературе поздние произведения И. Кальвино, «Хазарский словарь» М. Павича и прочие художественные произведения с признаками гипертекстовости), то другие её свойства: динамичность, мультимедийность, интерактивность – от сетевой литературы неотделимы. Уже только на этом основании можно считать её новым явлением в литературном процессе. Однако это не подразумевает противопоставления традиционной и сетевой литературы, как это делают некоторые авторы, заявляя, что сетевая литература – вообще новый вид искусства.

На наш взгляд, сетевая литература – это тоже литература, но другая. Наверное, правомерно расценивать

её как специфический род литературы, имеющий ряд своих особенностей. И однозначно не стоит считать её чем-то иным, и тем более, противопоставлять литературе в целом, так как часть никогда не может противостоять целому, сегментом которого она является.

И всё же различия между сетевой и традиционной литературой есть. Они исходят из специфики литературы, живущей и функционирующей в Сети. Основные отличительные признаки сетевой литературы мы уже назвали выше: динамичность, мультимедийность, интерактивность и гипертекстовость. И хотя о гипертексте как о признаке сетевой литературы ведётся немало споров, но всё же большинство художественных произведений «традиционной» литературы не содержат гипертекста, в то время как для сетевой литературы этот признак является типичным.

Как отмечает известный теоретик журналистики Е. П. Прохоров, «...любая деятельность человека всегда целенаправленна, а для достижения целей нужны соответствующие средства...» [5, с. 44]. По различным средствам, используемым в блог-литературе, можно классифицировать её жанры и определить их функции.

В целом блог-литература выполняет те же функции, что и оффлайн-литература (рекреативную, релаксационную, культурно-образовательную, идеологическую, оценочную и т. п.), но у неё есть и ярко выраженные функции, которые, как правило, не присущи «бумажной» литературе или не столь акцентированы в ней (напр., функция социализации, коммуникативная, информационная, рекламно-справочная), и по этим своим функциям сетевая литература максимально приближена к жанрам, более свойственным журналистике.

Особенно ярко представлены в блог-литературе коммуникативная функция и функция социализации. Они определены самим характером блог-литературы, направленным в первую очередь на коммуникацию между участниками полилогического и динамического литературного процесса в Интернете, на инициацию личности как полноправного участника литературного процесса (в качестве автора, со-автора, комментатора, интерпретатора, критика или просто читателя). И если в традиционной литературе преобладает рекреативная, культурно-образовательная и релаксационная функции, то в блог-литературе на первое место выходит коммуникативная функция (от лат. «communication» – путь сообщения, форма связи) –

Об авторе: Тимофеева Галина Леонидовна, соискатель кафедры средств массовых коммуникаций Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета.

«функция общения, налаживания контакта» [5, с. 46], что сближает её с журналистикой.

Есть в блог-литературе жанры и жанровые элементы, которые практически не встречаются (или вовсе не встречаются) в офлайн-литературном процессе: это – комментарии, блогроллы, гостевые посты (записи) и т. п.

Функции литературной коммуникации и социализации блог-литературы выполняют многие жанры и жанровые элементы сетевой литературы, приведённые ниже в таблице 1 [6]. Но даже те жанры блог-литературы, которые, на первый взгляд, ничем не отличаются от жанров традиционной литературы, всё равно практически всегда имеют существенное отличие – сопутствующий и дополняющий их комментарий (о его особой роли – далее).

Исходя из этой таблицы, мы видим, что блог-литература выполняет многие функции, больше присущие журналистике. Если учесть ещё и то, что блог-литература существует в большей частью в малых жанрах (небольшие стихотворения, короткие рассказы, зарисовки, эссе, рецензии), то можно выделить ещё одно отличие сетевой литературы от традиционной, – динамичность, что также сближает её с журналистикой (в первую очередь, с интернет-журналистикой).

В понятие динамичности некоторые авторы включают не только скорость публикаций (возможность практически моментально публиковать только что написанное произведение и даже возможность создавать его непосредственно в Сети в реальном времени), но также и перманентную «незавершённость»: возможность изменения в любой момент уже опубликованного произведения (что в публикации на бумаге реализовать невозможно, за исключением переиздания с поправками, что дорогостояще и не всегда рентабельно, поэтому практикуется довольно редко).

Иное восприятие блог-литературы по сравнению с традиционной, именно из-за наличия у сетевой литературы свойства динамичности, отмечает С. Караевский: «Будучи активным участником игры нашего самосознания «блог» формально открывает и перед литераторами новые возможности, которые исчисляются не только коммуникативными особенностями моментальной публикации и прочее, прочее. Ещё точнее, он интересен для литераторов не только этим. Одна из таких особенностей, которая мне кажется значительной, это когда окончание произведения соотносится регламентом публикации с началом нашего чтения. Вернее, последняя заметка, запись, глава... что угодно. И тогда получается, что таковая не может прозвучать как финал, завершающий аккорд чего-либо» [10].

Произведение сетевой литературы даже после своей публикации всегда остаётся «открытым», оно по своей природе не является раз и навсегда завершённым. В блог-литературе это выражено особенно отчётливо в силу того, что каждый новый комментарий к произведению (в том числе и ответ на него автора самого произведения) является не относительно

самостоятельной интерпретирующей единицей, как, к примеру, литературная критика, а органичной частью (вспомогательным интерпретирующим дополнением, уточнением, продолжением и т. п.) самого произведения, которая может повлиять на изменения основного текста, придать ему новые смысловые значения, создать новый поворот темы и даже породить продолжение основного текста.

Эту особенность отмечает исследователь социальных сетей Л. А. Браславец: «Комментарий выполняет не только функцию обратной связи. Поскольку комментарий публичен и публикуется в большинстве случаев на той же странице, что и основная публикация, он может выполнять функцию дополнения, уточнения или опровержения публикуемой информации. Но не будет ошибкой сказать, что важнейшая функция комментария – дискуссионная. В отличие от дискуссии на форуме традиционного СМИ дискуссия в комментариях практически становится частью материала» [11].

Можно утверждать, что в блог-литературе комментарий далеко не всегда может быть самостоятельным жанром. Чаще всего он становится неотъемлемой частью произведения. Поэтому каждый комментатор в той или иной степени является не только читателем, но и отчасти со-автором самого произведения. По этой причине даже сам автор произведения никогда не знает, когда оно будет завершено. А многие авторы понимают, что знать это в принципе невозможно, потому что у произведений блог-литературы всегда открытый финал, проще говоря: они никогда не бывают абсолютно законченными.

Эту особенность сетевого текста отмечает С. А. Демченков: «В Интернете текст действительно становится живым – в самом прямом (едва ли не биологическом) смысле этого слова. Он также предельно изменчив и подвижен, причем это *действенная* подвижность роста, а не *созерцательная* подвижность смысловых связей, порождаемая отсутствием жестко заданной иерархически организованной структуры. Он постоянно достраивается и видоизменяется на наших глазах. Он своенравен и своеволен. Формируясь как результат усилий множества скрипторов-читателей, он неподвластен ни одному из них» [12].

Кроме того, комментарии придают дополнительные функции тексту. Рассматривая динамику семиотики и художественного текста, известный литературовед и культуролог Ю. М. Лотман, отмечает, что текст «не только передает вложенную в него извне информацию, но и трансформирует сообщения и вырабатывает новые» [13, с. 132], что значительно расширяет социально-коммуникативные функции текста. Лотман сводит эти функции к следующим процессам:

1. **Общение между адресантом и адресатом**, когда текст выполняет функцию сообщения, направленного от носителя информации (автора) к аудитории (читателю). Этот процесс имеет место во всех видах текста.

2. **Общение между аудиторией и культурной традицией**, когда текст выполняет функцию коллективной культурной памяти (например, в записях фольклора, мифов, легенд, преданий, в исторических повествованиях). В данном случае текст непрерывно пополняется, причём изложенное в нём актуализируется, а остающееся за его пределами – предаётся частичному или полному забвению.

3. **Общение читателя с самим собою**. Текст как выражение личности автора, в котором актуализируются и акцентируются какие-то определённые стороны личности пишущего. Лотман отмечает, что: «В ходе такого общения получателя информации с самим собою текст выступает в роли медиатора, помогающего перестройке личности читателя, изменению ее структурной самоориентации и степени ее связи с метакультурными конструкциями» [13, с. 132].

4. **Общение читателя с текстом**. Текст перестаёт быть просто культурно-информационной средой, и, проявляя, по выражению Лотмана свои «интеллектуальные свойства» перестаёт быть лишь медиатором (посредником) в коммуникационном акте. В этом случае текст обретает свойства равноправного собеседника, при этом не теряющего своей автономности. Лотман подчёркивает: «И для автора (адресанта), и для читателя (адресата) он может выступать как самостоятельное интеллектуальное образование, играющее активную и независимую роль в диалоге. В этом отношении древняя метафора «беседовать с книгой» оказывается исполненной глубокого смысла» [там же].

5. **Общение между текстом и культурным контекстом**, когда текст обретает свойство равноправного участника акта коммуникации. При этом Лотман отмечает, что «поскольку культурный контекст – явление сложное и гетерогенное, один и тот же текст может вступать в разные отношения с его разными уровневными структурами. Наконец, тексты, как более стабильные и отграниченные образования, имеют тенденцию переходить из одного контекста в другой, как это обычно случается с относительно долговечными произведениями искусства: перемещаясь в другой культурный контекст, они ведут себя как информант, перемещенный в новую коммуникативную ситуацию, – актуализируют прежде скрытые аспекты своей кодирующей системы. Такое «перекодирование самого себя» в соответствии с ситуацией обнажает аналогию между знаковым поведением личности и текста. Таким образом, текст, с одной стороны, уподобляясь культурному макрокосму, становится значительнее самого себя и приобретает черты модели культуры, а с другой, он имеет тенденцию осуществлять самостоятельное поведение, уподобляясь автономной личности» [13, с. 133].

К выделенным Лотманом процессам, определяющим социально коммуникативные функции текста, можно добавить ещё два:

Общение текста с другими текстами (через гиперссылки, связывающие текст с другими текстами по рассматриваемой тематике или косвенно её касающимися). Этот процесс свойственен для информационно-справочной литературы (словарей, энциклопедий) и довольно распространён в сетевой литературе.

Общение адресатов между собой (т. е. одного читателя с другими читателями). Последний процесс в традиционной оффлайновой литературе встречается довольно редко (хотя к нему вполне можно отнести личные встречи читателей одного и того же текста, или, допустим, обсуждения ими прочитанного произведения в переписке или по телефону), в то время как в сетевой литературе (и особенно в блог-литературе) этот процесс – обыденное явление, и, кроме того, зачастую идущее в режиме общения в реальном времени (перманентный диалог в комментариях по типу чата). Этот процесс можно назвать характерным для сетевых текстов.

Среди прочих особенностей сетевой литературы следует отметить её **вездесущность**. Появление этого нового свойства произведений искусства предсказал в начале прошлого века, задолго до появления Интернета, французский поэт Поль и эссеист Валери (1871-1945) в своём эссе «Покорение вездесущности», опубликованном в 1928 г. Рассуждая о формах современного ему искусства, Поль Валери высказывает предположения о дальнейшем развитии техники, её влиянии на формы искусства: «Нас ждут великие открытия, которые преобразуют всю совокупность технических приёмов в искусстве, что повлияет на сам процесс художественного творчества и, возможно, даже самым невероятным образом изменит наше представление об искусстве (...)».

Первоначально это, конечно, отразится только на воспроизведении и распространении произведения искусства. Станет возможным передавать куда угодно и воссоздавать где угодно систему ощущений, или, точнее раздражителей, вызываемых каким-либо объектом или явлением. Произведения искусства обретут вездесущность» [14, с. 28-29].

Сегодня мы видим, что поэт был прав, т.к. произведения искусства, опубликованные в Интернете, действительно обладают свойством вездесущности.

Французский философ-структуралист, литературовед и основатель Центра по изучению массовых коммуникаций (1960 г.) Ролан Барт в своём эссе «С/З» [15, с. 124-125], опубликованном в 1970 г. и считающимся первым манифестом интертекстуальности и первым практическим опытом постструктуралистской деконструкции литературного произведения предъясвляет требование двигаться от «постоянно читающегося» к «постоянно пишущему» тексту. Как отмечает Э. Шмидт в своей работе «Литературный русскоязычный интернет: между графоманией и профессионализмом» [16], это требование Барта идеальным образом осуществляется именно в разнообразном текстовом пространстве русскоязычного литературного Интернета.

Сбылась мечта-предчувствие Ролана Барта о «бесконечно пишущемся тексте», о котором он размышлял через семь лет после появления Интернета, вовсе не имея ввиду сетевую литературу, тогда ещё не существующую, а всего лишь наблюдая закономерные изменения в литературном процессе.

Из всего вышесказанного мы можем сделать выводы, что по своим функциям современная сетевая литература, а именно – блог-литература, очень близка к журналистике (точнее, к интернет-журналистике), что вполне может позволить считать её промежуточной формой между литературой и журналистикой, по своим характеристикам близкой (хотя и не всегда идентичной) к сетевой журналистике. От последней у блог-литературы, пожалуй, единственное отличие: факты литературы могут быть вымышленными, в то время как факты сетевой журналистики если и не всегда существуют в реальности, то их существование вполне допустимо и вероятно (например, в прогнозах).

2. Ростов-на-Дону

Литература

1. Известный литератор, редактор «Нового Геликона» А. Н. Житинский считает гипертекст, «не более, чем игрой», и сомневается, что «только сего помощью можно создать что-то особо значительное, поскольку литература – это прежде всего слово, а все остальные «выкрутасы» – не более, чем дополнительные атрибуты» (Цит. по Бломберг С. Родная сетература для «оф-флайнных чайников» / С. Бломберг // Заповедник. – 2000. – № 13 (октябрь). – С. 10).
2. Г. Жердев – один из редакторов и веб-мастер журнала «Сетевая словесность», соавтор и веб-мастер множества более поздних литературных интернет-проектов.
3. М. В. Кононенко – российский журналист, публицист, программист, один из пионеров русскоязычного Интернета. Автор и участник множество литературных интернет-проектов. Победитель литературного интернет-конкурса «Тенёта» (1995).
4. Коваленин Д. В. – востоковед, переводчик и писатель. Известен как автор переводов книг Харуки Мураками. Автор книги о биографии и творчестве Х. Мураками «Суси-Нуар. Занимательное МуракамиЕдение» (2004) и сборника малой прозы о жизни современной Японии «Коро-Коро. Сделано в Хиппонии» (2005).
5. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М., 2000.
6. При составлении таблицы автор опирался на типологию жанров, изложенную в трудах: Ворошилов В. В. Журналисти-

ка / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 1999. – С. 64-81; Маилян И. С. Информационные жанры журналистики / И. С. Маилян. – Рн/Д, 1999; Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М., 2002; а также на классификацию функций журналистики, описанную в трудах: Корконосенко С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. – М., 2001; Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М., 2000. – С. 64-81.

7. Блогролл – список ссылок на главные страницы других блогов, как правило, сходных с тематикой блога, на котором расположен блогролл. Чаще всего этот список состоит из тех блогов, которые нравятся автору блога, но, бывает, блогеры просто меняются ссылками. Обычно размещается в сайдбаре или отдельной страницей.

8. Постовой – небольшой текст с гиперссылкой, находящийся в начале или в конце поста, иногда не связанный тематически с содержанием основного материала. Как правило, носит рекламный характер.

9. Гостевой пост – запись в авторском блоге, сделанная другим блогером (по договорённости, как правило, в результате обмена гостевыми постами, спонсорского участия или дружеских отношений между блогерами). Тематика гостевого поста должна соответствовать тематике блога, в котором размещается пост «гостя». Цель – повышение ТИЦ (тематического индекса цитирования) и привлечение новых посетителей сайта за счёт размещения материала с гиперссылкой на страницах других сайтов.

10. Караевский С. Литературный «блог» / С. Караевский // Топос (сетевой лит.-философ. журнал). – 2009. – 4 мая / <http://www.topos.ru/article/6675>.

11. Браславец Л. А. «Гражданская журналистика» и типичные роли пользователей социальных сетей / Л. А. Браславец // RELGA. № 13 [211] 01.09.2010 / www.relga.ru.

12. Демченков С. А. Гипертекст как убийца постмодерна, или Последний из РОМАН-ов / С. А. Демченков // Всероссийская интернет-конференция с международным участием / <http://traditions.org.ru>.

13. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и культуре : в 3 т. / Ю. М. Лотман. – Т. 1. – Таллинн, 1992.

14. Поль Валери. Покорение вездесущности / Поль Валери // Культуры. Диалог народов мира. – 1986.

15. Ролан Барт. С/З. М., 1994 (как объясняет сам Барт в главе XLVII, книга «S/Z: опыт исследования» получила своё название от имён двух главных героев повести Бальзака «Сарразин», скульптора Сарразина и певца-кастрата Замбинеллы).

16. Шмидт Э. Литературный русскоязычный Интернет : между графоманией и профессионализмом / Э. Шмидт // Сетевая словесность. – 2000 / <http://www.litera.ru/slova/schmidt/linternet.html>.

Таблица 1. Структура жанров блог-литературы*

№	Название жанра или элемента жанровой структуры	Функции, которые выполняет (в порядке убывания значимости для той или иной структуры)	Характер функции
Информационные жанры и элементы			
1	Анонс	информационная рекламно-справочная	субъективный
2	Блиц-опрос	информационная оценочная	субъективно-объективный

3	Блогролл [7]	информационная рекламно-справочная оценочная	субъективный
4	Информационная заметка	информационная коммуникативная (остальные варьируются в зависимости от тематики)	субъективный
5	Информационное интервью	те же	субъективный
6	Каталог	информационная рекламно-справочная оценочная	объективный
7	Репортаж	информационная рекреативная оценочная	субъективный
8	Списки (как правило, объединённые по тематике: например, список любимых блогов автора (не путать с блогроллом), ссылок по теме)	информационная рекламно-справочная оценочная коммуникативная	субъективный
9	Ссылка (в том числе постовой [8])	информационная рекламно-справочная коммуникативная	субъективно-объективный
Аналитические жанры и элементы			
1	Аналитическая корреспонденция	оценочная информационная рекреативная культурно-образовательная идеологическая	объективный
2	Аналитический опрос	оценочная информационная	субъективно-объективный
3	Аналитическое интервью	оценочная информационная рекреативная коммуникативная социализации	субъективный
4	Анкета	оценочная информационная	субъективно-объективный
5	Исповедь	коммуникативная социализации информационная	субъективный
6	Мониторинг	оценочная информационная	объективный
7	Обзоры	оценочная информационная культурно-образовательная социализации коммуникативная	субъективный
8	Обозрение	те же	субъективно-объективный
9	Письмо	коммуникативная информационная социализации	субъективный
10	Рейтинг	оценочная информационная рекламно-справочная социализации	объективный
11	Рекомендация (совет)	информационная прагматическая рекламно-справочная	субъективный
12	Рецензия	оценочная интерпретационная информационная рекреативная культурно-образовательная рекламно-справочная	субъективный

13	Социологическое резюме	оценочная информационная рекламно-справочная	объективный
14	Статья	оценочная информационная рекреативная культурно-образовательная идеологическая	субъективный
Художественно-публицистические жанры и элементы			
1	Анекдот	1. рекреативная 2. релаксационная	субъективный
2	Житейская история	рекреативная идеологическая	субъективный
3	Зарисовка	рекреативная эстетическая	субъективный
4	Очерк	оценочная рекреативная информационная	субъективный
5	Реплика	коммуникационная интерпретационная оценочная рекреативная	субъективный
6	Фельетон	оценочная рекреативная релаксационная	субъективный
7	Эпиграф	культурно-образовательная рекреативная информационная	субъективный
8	Эссе	рекреативная информационная оценочная культурно-образовательная идеологическая	субъективный
Синтетические (интеграционные) жанры			
1	Авторский пост с не выраженной жанровой структурой	информационная рекреативная коммуникативная (остальные функции варьируются в зависимости от тематики)	субъективный
2	Акция	те же	субъективно-объективный
3	Гостевой пост [g] с не выраженной жанровой структурой	социализации информационная коммуникативная рекреативная	субъективный
4	Игра (например, задание, требующее отгадки)	рекреативная релаксационная	объективный
5	Комментарий	коммуникативная интерпретационная оценочная социализации информационная	субъективный
6	Конкурс	рекреативная оценочная коммуникативная социализации культурно-образовательная	объективно-субъективный
7	Эстафета	рекреативная коммуникативная социализации культурно-образовательная	субъективно-объективный

В таблицу включены только те жанры и элементы жанровой структуры, которые наиболее типичны для блог-литературы.





В. Левшаков

Телевизионная журналистика в условиях военного конфликта: некоторые аспекты

Аннотация: в статье рассматривается феномен информационных войн на примере современных материалов действующих авторов, принимавших активное участие в освещении военных конфликтов.

Ключевые слова: телевизионная журналистика, военный конфликт, информационная война.

В период с 2000 по 2013 год прошло около 60 военных конфликтов¹. Гражданская война в Сирии, Туарегское восстание, восстание в Бахрейне и другие военные конфликты продолжаются в настоящее время. Что же касается информационных войн, хотя первое задокументированное подобное явление числится 1853–1856 годами, когда сразу после Синопского сражения английские газеты в отчётах о сражении писали, что русские достреливали плававших в море раненых турок², широкое распространение и официальное признание этот термин получил только в 1976 году. Некто Томас Рона использовал термин «информационная война» в отчете, подготовленном им в 1976 году для компании Boeing и названный «Системы оружия и информационная война»³. В наше время информационные войны являются неотъемлемой частью журналистики, поэтому требуют детального разбора и освещения.

Что же такое информационная война? Это целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путём нанесения ущерба информации, информационным процессам и информационным системам противника при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем⁴.

Мы проанализировали современные материалы действующих авторов, принимавших активное участие в освещении военных конфликтов. На их основе мы выделили ряд негласных законов, влияющих на создание современного журналистского материала о военных событиях.

Мы считаем, что СМИ разных стран в абсолютном большинстве случаев выступают в интересах собственной державы и готовы пойти на многое, чтобы преподнести своего политического против-

ника не в лучшем свете. Наша задача – выделить приемы создания положительного или отрицательного образа военных действий.

Вначале поговорим об информационной защите.

Нас заинтересовал военный репортаж с высокогорной заставы Тушхорон Виктора Гарасова для «Зеркало ТВ», размещённый на видеохостинге YouTube от 28.04.2013⁵. Мы рассмотрели способы уклонения от показа настоящих военных действий – использование «успокаивающих» приемов. Четырёхминутный репортаж освещает ситуации отдельной погранзаставы, заброшенной на 2000 километров от родных домов русских солдат. У автора хорошо поставленный, мелодичный, а главное – успокаивающий голос. Используются исключительно «бытовые» кадры: приземление вертолета, гуляющие вокруг животные, природа. Заостряется внимание на таких деталях, как парящий орёл или флаг Российской Федерации. Все это – способы положительного воздействия на аудиторию. Авторы преднамеренно или случайно избегают кадров с изображением войск непризнанной чеченской армии. А закадровый голос определяет опасного противника таким словом, как «бандиты». Это бытовое слово имеет негативный окрас и вызывает у зрителя реакцию неприятия.

Использование приемов драматизации применяется в таких передачах, как «Военная тайна» с Игорем Прокопенко на телеканале «Рен ТВ». Эта программа была размещена на видеохостинге YouTube от 02.04.2013⁶. Журналист изначально говорит, что расскажет о неизвестных ранее подробностях расстрела колонны российской армии под Ярыш-Марды. В течение сюжета он постарается доказать зрителю, что было совершено предательство и колонну сдали боевикам Хаттаба. Несмотря на то, что с тех пор прошло так много лет, эта тема до сих пор остаётся животрепещущей. Авторы специально играют на чувствах зрителя с помощью аудиовизуальных приемов. Весь видеоряд можно разделить на две части. Это кадры, сделанные боевиками, и видеointервью с российскими солдатами, участниками того боя. Такое построение дает возможность менять темп. Подобные сюжеты нацелены на то, чтобы заставить зрителя переживать за солдат, которые защищают страну ценою жизни.

Об авторе: Левшаков В. С., студент факультет журналистики Воронежского государственного университета.

Теперь мы обратимся к сюжетам, использующим информационное воздействие «агрессивного» характера.

Особенное внимание мы уделили сюжетам, использующим влияние на зрителя с помощью подлога фактов. Так, в выпуске «Новостей» на телеканале «Первый», загруженном на видеохостинг «YouTube» от 17.12.2010⁷, говорится об ошибке американского телеканала CNN, который перепутал видеокдры: CNN рассказывал о конфликте в России на Дальнем Востоке, показывая события, происходившие на Манежной площади в Москве. При этом ведущая упоминала статистику: бастующих было около 3000 человек. Это стандартный прием видеобмана, когда на «нужную» картинку накладывается звук. Кстати, это не первый раз, когда зарубежные СМИ пытаются вести таким способом информационную войну против России. Например, тот же CNN во время конфликта с Грузией использовал общие планы разрушенных зданий или горящей военной техники, чтобы создать подходящую атмосферу, воспроизвести нужный текст.

Выпуск FoxNews – «12 Year Old Girl Tells the Truth about Georgia» (12-летняя девочка говорит правду о Грузии) размещён на видеохостинге YouTube от 15.08.2008⁸. Это пример использования людей как способа передачи информации через очевидцев. Это наиболее опасный способ воздействия на аудиторию. С одной стороны, у зрителя больше шансов поверить очевидцу, но с другой – сам очевидец может сказать не то, что нужно было для авторов передачи.

«Мистер Саакашвили – это тот, кто начал этот конфликт и мистер Саакашвили является агрессором... Два дня мой осетинский народ убивали, бомбили и 2000 человек были убиты за один день...» – сообщает гостья передачи.

«Лора, это как раз то, чего хотят достичь русские...» – подчёркивает журналист и, не давая закончить мысль, прерывает беседу.

Тем самым сюжет, который должен был укрепить позиции американской стороны, сыграл на руку России. При этом существует множество примеров, когда очевидцы событий становились информационным оружием.

Также на видеохостинге YouTube от 13.10.2009, размещено пользовательское видео под названием «Ложь Первого канала 2»⁹. В нём совмещены несколько выпусков «Новостей» телеканала. Здесь мы видим использование видеохостингов как площадок для размещения видео, с целью воздействия на зрителя. Стоит отметить, что в интернете появляется все больше видео с различного рода способами воздействия. В данном случае – это способ компиляции и монтажа. Авторы ролика сделали нарезку нужных кадров, чтобы дезинформировать, запутать зрителя.

Нельзя забывать, что отечественные СМИ также используют различные методы ведения информационных войн. Так, на том же «Первом» канале появился сюжет¹⁰, главный герой которого – аме-

риканский гражданин, оказавшийся в Южной Осетии во время вооружённых столкновений. По-английски он рассказывает своим соотечественникам о том, что именно Грузия является инициатором конфликта. Его речь очень экспрессивна, он употребляет такие слова, как «геноцид», обвиняет в военных преступлениях Джорджа Буша и Михаила Саакашвили. На кепке интервьюера мы можем заметить надпись «Russia» (Россия), что отчасти вызывает сомнения по поводу честности видео. Но стоит отметить, что наибольшее влияние этот сюжет окажет не на американских граждан, которым как бы направлено послание, а на российских телезрителей, которые все это увидят по одному из главных федеральных телеканалов.

Однако есть в современном медиaprостранстве и примеры видеосюжетов, показывающих истинное положение военного конфликта. Таким можно считать небольшой выпуск непосредственно сирийских СМИ, если мы вправе называть так интернет-канал сирийцев «SyriaTube»¹¹. Здесь нам показывают (часто без комментариев) видео сражений, перестрелок или бытовой военной жизни. На данном примере мы можем видеть, что именно закадровый текст расставляет «правильные» акценты. Пустой видеосюжет каждый зритель может расценить по-своему.

Мы осмелимся назвать этот источник более чем компетентным, так как в данном видео мы получаем картинку не просто с места события, зритель находится в двух шагах от повстанческой тачанки. Боевики ССА стреляют с грузовика с ЗУ-23-2 (спаренная зенитная установка), мы слышим, о чём они говорят, хотя это лишь постоянные обращения к Богу, мы можем прочувствовать атмосферу «кипения» народных масс.

Этот довольно-таки далёкий от России военный конфликт обрёл на телевидении нашей страны особый контраст. Журналисты зачастую уходили от аналитики событий к отдельным ужасным фактам. Рассмотрим эпизод программы «Вести» на телеканале «Россия 1» от 14.05.2013¹². Телезрителя заранее предупреждают о «новых кровавых подробностях», то есть пытаются шокировать. И показывают кадры того, как «командир отряда вырезает сердце у убитого солдата правительственных сил в пригороде Дамаска». Этот факт оказывает эмоциональное влияние на любого человека, помогая расставить приоритеты. Но в то же время этот момент заставляет нас забыть о главном – военном конфликте. Зрителю уже не так важно анализировать существующую ситуацию, когда ему показали в таком свете одну из сторон.

Таким образом, телеканал «Россия 1» нанёс сильный удар западным СМИ. «Этот ролик уже сильно подпортил и без того крайне сомнительный имидж так называемой Свободной сирийской армии. Но теперь и союзникам оппозиционных сил Сирии станет сложнее объяснять свои действия, направленные на поддержку боевиков», – говорится в сюжете. Мы можем понять, что даже война

в Сирии стала поводом для информационного сражения России, США и ряда других СМИ крупных государств.

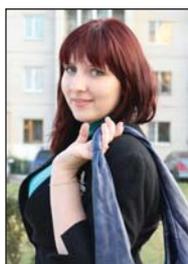
Утверждение, что «СМИ разных стран выступают в интересах собственной державы и готовы пойти на многое, чтобы преподнести своего политического противника не в лучшем свете», частично отражает действительность. Ведь, будь то российские или американские СМИ, они стараются в лучшем свете выставить действия собственного правительства. Беспристрастный сюжет может получиться исключительно у журналиста, чья цель информировать, а не воздействовать. В современном мире большинство стран понимают, каким опасным и сильным оружием могут стать СМК, из-за этого медиапространство превращается в поле боя.

2. Воронеж

Примечания:

1. Википедия. Свободная энциклопедия. Список войн XXI века. [Сайт] – URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D1%EF%E8%F1%EE%EA_%E2%EE%E9%ED%XXI_%E2%E5%EA%EO (дата обращения 14.04.2013)
2. The Crimean War 1854/56 and Australian Involvement [Сайт] – URL: <http://www.diggerhistory.info/pages-conflicts-periods/other/crimea.htm> (дата обращения 14.04.2013)
3. Гриняев С.Н. Информационная война: история, день сегодняшний и перспектива/ С.Н. Гриняев // Agentura.ru [сайт] – URL: <http://www.agentura.ru/equipment/psih/info/war/> (дата обращения 14.04.2013).
4. По материалам сайта Глоссарий.ru [сайт] – URL: http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_find.cgi?ph=%C8%ED%F4%EE%F0%EC%EO%F6%E8%EE%ED%ED%EO%FF+%E2%EE%E9%ED%EO&action.x=24&action.y=12 (дата обращения 14.04.2013)
5. Гарасов В. Высокогорная застава Тушхорон// [сайт] – URL: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=TegzDVoRlio (дата обращения 14.04.2013).
6. Прокопенко И. Военная тайна// [сайт] – URL: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=InJucplqo5U (дата обращения 14.04.2013).
7. Новости//Первый канал [сайт] – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=KTDN5fnwcy4> (дата обращения 14.04.2013).
8. Fox News: 12 Year Old Girl Tells the Truth about Georgia // [сайт] – URL: http://www.youtube.com/watch?v=-CZ_gi-sgCE (дата обращения 14.04.2013)
9. Ложь Первого канала 2// [сайт] – URL: http://www.youtube.com/watch?v=Pzys3iv4E_4 (дата обращения 14.04.2013).
10. Новости//Первый канал [сайт] – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=rwMwiHNoAT4> (дата обращения 14.04.2013).
11. Война в Сирии, 2013 г. Попадание в «тачанку» ССА (+18) // [сайт] – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=gTey-vomc8> (дата обращения 14.04.2013)
12. Е. Поддубный Гражданская война в Сирии: Свободная армия дошла до каннибализма// Вести. Россия 1. [сайт] – URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=1084425&tid=95994> (дата обращения 14.04.2013)





Е. Тюрина Социальная журналистика: может ли современная пресса помочь читателю?

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы социальной журналистики, призванная помогать, принято называть в профессиональном обиходе социальной.

Ключевые слова: социальная журналистика, расследования, читатели, граждане, власть, чиновники, эффективность и действенность журналистики.

«Не обещаю, но постараюсь помочь», – так говорю я всегда читателям, которые обращаются в нашу газету с жалобами. Потому что по своему опыту знаю, иногда публикация может сдвинуть ситуацию с мертвой точки, а иногда история может закончиться ничем.

Спасение утопающих

Несколько лет назад на одном из мастер-классов, проводимых в рамках областного фестиваля школьной и студенческой прессы «Репортер», старшеклассников спросили, почему они хотят стать журналистами. Ответы большей частью можно было разделить на три группы: одни собирались блистать на голубых экранах (я входила в эту категорию), других привлекала возможность широкого общения и изучения мира, третьи хотели помогать своими публикациями «простым людям». Если их не в состоянии защитить государство, это может и должна сделать газета, – уверяла одна из одиннадцатиклассниц. Помню, что тогда эта мотивация показалась мне надуманной и странной. Вот на телевидении – ты каждый день на экране, за это платят деньги, на улице узнают. А спасение утопающих – известно, чьих рук дело. Тогда мне было 15 лет.

Сейчас мне почти двадцать, и я работаю в газете. Это мой сознательный выбор. Часто пишу о тех и для тех, кто видит в нашем издании иногда последнюю инстанцию, где права человека могут хоть как-то защитить. Поводы, по которым обращаются читатели, самые разные: от бытовых конфликтов – муж с женой поссорились – до социально значимых: управляющая компания не выполняет свои обязанности, врачи халтурят, дороги разбитые... И далее по списку типичных региональных проблем. Всякий раз газета старается не просто обозначить проблему, но и решить ее, т. е. помочь читателю.

Об авторе: Елена Тюрина, студент факультета журналистики Воронежского государственного университета.

«Вмешательство в реальную жизнь»

Журналистику, которая призвана помогать, принято называть в профессиональном обиходе социальной. В широком смысле – это журналистика, которая служит обществу. Однако это определение довольно абстрактное, так как журналистика априори наделена социальной миссией. Иосиф Дзялошинский, президент Правозащитного фонда «Комиссия по свободе доступа к информации», в публикации «Пресса третьего сектора или социальная журналистика?» уточняет: «Социальная журналистика обладает функциональной спецификой, поскольку ориентируется не на информирование и выражение общественного мнения, а на непосредственное вмешательство в реальную жизнь». Иными словами, она способствует не только отражению, но поиску путей решения обозначенных проблем.

Но в каждом отдельном случае серьезность проблем, широта и глубина исследования, усилия и время, которые нужно потратить для их решения, возможности издания по исправлению ситуации могут быть абсолютно несопоставимы. И в зависимости от этого можно говорить о разных уровнях социальной журналистики.

В «Семерочке» – уменьшительно-ласкательное название еженедельника «Воронежский курьер-7» – есть рубрика «Мобильный ответ». В ней эксперты отвечают на вопросы читателей. Например, спрашивают: «Почему остановку «Памятник Славы» перенесли на несколько метров?». Мы связываемся с пресс-службой мэрии и просим прокомментировать ситуацию. Там отвечают несколькими строчками в духе «это улучшит движение транспорта на магистрали и поспособствует снижению пробок в час пик на трудных участках Московского проспекта». И так каждую неделю на второй полосе «Семерочки» появляются подобные вопросы-ответы. Под разными названиями подобные рубрики есть во многих газетах. Подготовка таких материалов не требует больших организационных, интеллектуальных и эмоциональных затрат. Но тем не менее, если следовать определению Дзялошинского, такие тексты тоже наделены статусом «социальные». Газета в этих случаях выступает посредником между властными структурами и аудиторией. В каком-то смысле даже решается проблема: читатель не знал, а его просветили, ответив на вопросы.

Второй, более высокий, уровень социальных публикаций требует от журналиста уже больших усилий по самым разным направлениям, в том

числе и в общении с властными структурами, различного ранга чиновниками, от которых зависит решение проблем. Летом 2013 г. в редакцию «Воронежского курьера» обратилась жительница Ленинского района. Жаловалась на плохую дорогу: грунт ливнем размыт, экстренные службы проехать не могут, даже телефонный кабель из-под земли проглядывает. Дорогу могут заасфальтировать только в одном случае: если при планировании бюджета на следующий год эта проблема покажется важнее, чем тысячи других. Вот и как помочь людям?

Позвонила в управу района, рассказала о ситуации. Вместе стали думать, что можно сделать в этом случае. Пресс-секретарь сказал, что поговорит с руководителем. Через полчаса решение нашли: дорогу временно засыплют щебнем, утрамбуют погрузчиком. А если город рассмотрит эту жалобу, когда будет формироваться бюджет, то на этой улице появится асфальт. Жителей такой вариант устроил. Через несколько дней им «подлатали» дорогу.

Еще случай в том же районе. Осенью помогали жителям Ленинского района избавиться от свалки в их дворе. Стройплощадку, где скоро должен появиться новый рынок, огородили железным забором. Вскоре выяснилось, что из-за него во двор одного из домов не может проехать мусоровоз. Проблему решили «по-нашему»: вместо того, чтобы договориться с застройщиками и немного отодвинуть «железный занавес» или перенести баки ближе к дороге, контейнеры убрали совсем. Добропорядочные жильцы стали относить мусор в контейнеры соседнего дома. Нерадивые же «складировали» его прямо под окнами. В итоге через месяц двор напоминал свалку. В столь благоприятных условиях развелись крысы. Когда жители попросили управляющую компанию убрать мусор из двора – о баках уже и речи не шло, – в ответ вновь услышали знакомую отговорку: «Машина к вам не сможет заехать».

Когда из редакции позвонили в управляющую компанию, нас отфутболили в управу района, дескать, свалка несанкционированная, пусть «ребята наверху» и решают эту проблему. Один звонок пресс-секретарю управы – и свалки не было через два дня. И машина смогла проехать, и забор подвинули.

Еще один сигнал от читательницы: с дороги водителям не было видно знака «Уступите дорогу!» на перекрестке. Его загородили ветви деревьев. Позвонили в ГИБДД по Воронежу. Знак стало видно на следующий же день.

В прошлом году в «Семерочку» обратились горожане из жилого массива «Задонье». Всю территорию частного сектора постепенно обнесли шлагбаумами. Препяды на дорогах были установлены незаконно. Объезжать их приходится по песчаной дороге, а внедорожники есть не у всех, «низкие» машины буксуют, а после дождя и вовсе приходится вытаскивать автомобили из песочной трясины. Но самое страшное, когда кому-нибудь из жителей требуется скорая помощь, врачи задерживаются

в поисках выезда из шлагбаумного лабиринта. Водители «скорой» не могут сразу сориентироваться, как добраться до нужного им квартала, приходится поколесить.

Мы выехали на место, в «Задонье» насчитали 12 шлагбаумов. Почти все – прикованы цепью и закрыты на замок. Но так кажется только со стороны. Подойдя вплотную к заграждению, увидели, что замок висит для виду, а открыть шлагбаум можно одним движением руки. Но разве будет рассматривать его та же «скорая», когда счет идет на минуты? Конечно, первое, что придет в голову – объехать там, где препяды нет. А таких проездов почти не осталось.

Обратились в МЧС с просьбой решить проблему. Там сказали, что жильцам нужно написать заявление на имя начальника. Вскоре железные препяды срезали. Теперь экстренные службы проезжают на место вызова без проблем.

А вдруг получится...

И наконец публикации третьего уровня, которые требуют не только разнонаправленных действий и особых усилий, но и настойчивости в общении с властью, и часто длительного времени, пока ситуация сдвинется с места. А иногда все так и остается на своих местах, пока не сменится чиновник.

«Отравы на розлив» и «Отравы на розлив-2» – тексты о распивочной на окраине Воронежа. Началось все с того, что в апреле прошлого года в редакцию газеты обратилась жительница одного из периферийных микрорайонов Воронежа. Она рассказала, что рядом с их домом стоит распивочная, где местные «любители» весело проводят время. Туалета рядом нет, поэтому естественные потребности они удовлетворяют прямо под окнами дома или во дворе на глазах у детей. Кроме того, по словам женщины, водку в этом павильоне продают «паленую». Такая ситуация существует уже много лет.

Искренне захотелось помочь людям, которые вынуждены соседствовать с павильоном, в котором водка льется рекой 24 часа в сутки с вытекающими отсюда последствиями. Первый раз я поехала в распивочную одна – даже без фотографа, чтобы не привлекать к себе лишнего внимания. Пообщалась с жителями, с «любителями». Под видом потребителя зашла в распивочную: поговорила с продавцом и купила водки на розлив, от которой откровенно разило ацетоном. Сделала это для того, чтобы отвезти ее на экспертизу. Через пару дней приехала туда с фотографом и сотрудниками полиции. Лицензии на продажу алкоголя у этого заведения не оказалось. Пока уполномоченные вытаскивали изо всех щелей «припасы», ко мне подошел хозяин Самвэл:

– Через день магазин все равно откроется и все будет так же. Только время теряешь.

– Что за вздор? – подумала я. – Ведь приехали с сотрудниками полиции, пресса предаст это огласке...

Уполномоченные изъяли 15 бутылок портвейна и 17 – водки. О результатах обещали газете сообщить через три месяца, когда мировой суд вынесет решение.

Результатов не было очень долго. Я засыпала звонками полицейских и Роспотребнадзор. Потом через коллегу связалась с судом. Но там сказали, что на данного гражданина последний раз дело заводили несколько лет назад. Сейчас в суде на него ничего нет. После этого снова начала трезвонить по отработанной схеме: ГУВД – Роспотребнадзор. А в это же время распивочная продолжала работать в привычном режиме и без перебоев, как и обещал Самвэл.

Наконец, в середине сентября пришел ответ по этому делу. После работы спешу в Роспотребнадзор за выпиской из решения суда. Оптимизма за полгода ожидания поубавилось, но все-таки теплилась надежда: может, справедливость все-таки возторжествует, и распивочную решено закрыть. Или хотя бы на ее хозяина наложен серьезный штраф. Через несколько минут уже в здании Роспотребнадзора я держу в руках ту самую бумагу. В ней написано: «Мировой судьей судебного участка № 8 Левобережного района г. Воронежа было принято решение на основании имеющихся в деле доказательств о признании Габриеляна Валерия Эдуардовича (кто это – до сих загадка. – авт.) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.2 КоАП РФ, и назначении наказания в виде штрафа в доход бюджета в размере 1500 руб. с конфискацией предметов административного правонарушения». В свою очередь экспертиза показала, что исследуемый алкоголь – неконтрафактный.

Штраф в 1500 рублей. Это в переводе на стоимость водки в той распивочной – 37 стаканов, пара часов работы. Понятно, что эта сумма не ляжет тяжелым бременем на бюджет хозяина. И уж точно не спровоцирует закрытие павильона. Дело не в этом. А в том, что, получив решение-отписку, все стороны этого конфликта успокоились. Хозяин отделался незначительным штрафом, и в распивочной как ни в чем не бывало продолжали продавать водку, которая пахнет ацетоном. Жители близлежащего дома существуют все в том же хаосе. Когда читательница, обращавшаяся в редакцию, узнала о решении суда, она не удивилась, не возмутилась, а с видом человека, который ничего другого и не ждал, сказала всего лишь одну фразу: «Ну, ладно». На мое предложение бороться дальше и обратиться, например, в Центр защиты прав потребителей, она ответила отказом, мол, неохота и некогда этим заниматься. Меня к этому времени затянула подготовка других публикаций. Так дело сошло на нет.

Сейчас, спустя почти год, я понимаю, что нужно было делать. Во-первых, самой отнести водку на экспертизу, чтобы ее проверили по запросу «гражданина», а не «журналиста». Во-вторых, обратиться в Центр защиты прав по-

требителей. Его руководитель, когда давала комментарий для газеты по этой теме, говорила, что добиться закрытия реально, если есть явные правонарушения. Но дальше комментария дело не пошло, к сожалению. Однако со временем ее слова подтвердились.

Пару недель назад мне позвонила та самая читательница, «соседка» распивочной.

– От «разливухи» только фундамент и остался, – сообщила она. – Но мужики там по-прежнему собираются, только теперь не водку пьют, а семечки грызут.

В управе района получила документ, в котором говорилось, что «нестационарный торговый объект, принадлежащий ИП Струковой О.В. (кто такой Габриелян В.Э. и куда он делся, так и осталось тайной. – авт.), по адресу ул. Писарева, 1а установлен с нарушением п.4 решения Воронежской городской Думы от 25.04.2012 г. №790-III «Об утверждении положения о порядке размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа город Воронеж»; отсутствует в схеме размещения нестационарных торговых объектов, утвержденной постановлением главы администрации городского округа город Воронеж от 05.05.2011 № 407, а также был включен в график демонтажа НТО на территории Левобережного района городского округа город Воронеж 2013 года. На основании вышеизложенного управой Левобережного района городского округа город Воронеж 12.12.2013 г. произведен демонтаж данного павильона».

Еще одна история связана с растворо-бетонным узлом во дворе воронежской новостройки. Там на протяжении пяти лет жители борются за право дышать свежим воздухом. Пока получается не очень: узел на несколько дней прикроют, потом снова запускают. Надежда у людей была на публикацию в газете. Но, увы, после нее все осталось по-прежнему. Нет, в этот раз я не спустила все на тормозах: ходила по всевозможным инстанциям, бесконечно звонила, заказывала проверки, просила поднять архивы, чтобы посмотреть, законно ли установлен цементный мини-завод. Но документы говорили о том, что все законно, нарушений нет, почему жалуются люди – непонятно. Это де-юре. А де-факто – жители глотают цементную пыль, засыпают и просыпаются под звуки гудящего узла. Пока бумаги важнее реальности.

Последние две истории показательны. Потому что добиться результативности по таким делам можно только в том случае, если у тебя есть поддержка власти. Конечно, распивочную закрыли не только из-за публикации, вероятно, есть и другие причины, связанные с интересами власти, о которых мы можем только догадываться. Что будет с растворо-бетонным узлом во дворе новостройки, пока не понятно. Ведь он принадлежит компании, владелицей которой, по информации конфиденциальных источников, является жена одного из воронежских депутатов. Возможно, если чиновник «нашкодит», то и узел прикроют, а мо-

жет, мэрии понадобятся новые показатели для отчетности. В общем, должно произойти что-то такое, что подвигнет власть к каким-нибудь действиям.

И все-таки, несмотря на «проигрыши», желания заниматься социальной тематикой не убавляется. Потому что, как сказала журналистка Светлана Рейтер, герои публикаций такого направления – это люди, которые никому не нужны. За каждое задание берешься с мыслью: «А вдруг по-

лучится». И практика показывает, что иногда получается. И тогда мы радуемся вместе – журналисты и читатели.

г. Воронеж





В. Олешко

Магистерская диссертация: научный поиск или обобщение практики?

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы социальной журналистики, призванная помогать, принято называть в профессиональном обиходе социальной.

Ключевые слова: социальная журналистика, расследования, читатели, граждане, власть, чиновники, эффективность и действенность журналистики.

Двухуровневая система образования, реализуемая в России в рамках развития идей Болонского процесса и формирования общеевропейского подхода к обучению, основана, как известно, на общности фундаментальных принципов функционирования высшего образования в целом. Это сулит выпускникам российских вузов уже в ближайшем будущем, как отмечают эксперты, достаточно серьезные перспективы. Связаны они будут, в первую очередь, с построением так называемой «европейской зоны высшего образования» как ключевого направления развития мобильности граждан с возможностью трудоустройства без дополнительных испытаний или переобучения практически в любой стране континента и даже США. Да и статусные характеристики дипломов о высшем образовании большинства вузов при этом будут несомненно выше.

Однако скептики порой резонно замечают: но разве и раньше талантливый выпускник советского, а позднее – российского вуза не находил себе место «под солнцем» зарубежной науки или не имел возможности стать авторитетным специалистом в фирме, где ценили прежде всего его талант, а не диплом того или иного уровня? Думается и сегодня руководители многих вузов или даже деканы назовут не один десяток таких своих выпускников, переехавших, к примеру, в «лихие девяностые» за рубеж на ПМЖ. Словом, многие вузовские педагоги отмечают, что повсеместный переход на двухуровневую систему обучения в России вряд ли пройдет бесппроблемно. В частности, доктор экономических наук, профессор В.Л. Абрамов, руководитель Центра управления качеством, главный ученый секретарь Московской международной выс-

шей школы бизнеса «МИРБИС» выразил, я думаю, озабоченность многих, написав: «система образования России всегда была национальным достоянием. На протяжении второй половины XX века она считалась лучшей в мире и до сих пор сохраняет свой высокий уровень. Фундаментальность – одна из важнейших характеристик отечественного образования, именно она позволила создать в нашей стране всемирно известные научные школы, успешно реализующие сложнейшие проблемы государственного значения. Понятна озабоченность специалистов, педагогов и всех тех, кто хотел бы в процессе интеграции в европейское образовательное пространство сохранить все лучшее, что имеет российская система образования¹.

Словом, для того, чтобы идти дальше, необходимо учитывать как перспективы развития образовательной системы в целом, так и успешные наработки в этой области отдельных стран, а также отдельных вузов. Диалектика общего и частного, на наш взгляд, именно здесь подходит как нельзя лучше. Впрочем, и проблемы, требующие решения, характеризуют нередко не только отдельные вузы, но и страны. Во время стажировки в США, к примеру, автору приходилось долго объяснять коллегам, чем «наш» доктор наук отличается от «их» доктора. А в Италии в Генуэзском университете был свидетелем дискуссии по поводу единства критериев оценок бакалаврской выпускной квалификационной работы и магистерской диссертации. Зарубежные коллеги так тогда и не пришли к единому мнению...

Но все, видимо, возвращается на круги своя. Во время недавнего аккредитационного процесса УрФУ (в январе 2013 года) уважаемый эксперт А.Г. Куликов, проверявший у нас нормативные документы и в целом организацию учебного процесса по направлению магистратуры «Теория и методика журналистского творчества», заметил, что именно вопрос отличия магистерской диссертации от выпускной квалификационной работы бакалавра, а также дипломной работы специалиста, является на сегодня наиболее актуальным, поскольку далеко не во всяком вузе в нормативных документах это четко зафиксировано. Честно говоря, я удивился, поскольку в положении о магистерской диссертации» нашего департамента «Факультет журналистики» УрФУ мы вроде бы довольно много внимания уделили именно этой проблеме, специально

Об авторе: Олешко Владимир Федорович, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати факультета журналистики Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина

остановившись на том, что это работа «научного содержания, которая имеет внутреннее единство и отражает ход и результаты разработки выбранной темы»². На что эксперт резонно заметил: «А если магистрант в дальнейшем планирует заниматься сугубо практической деятельностью в медийной сфере, какими опять же конкретными квалификационными признаками будет его диссертация отличаться от работы сегодняшнего выпускника-специалиста? Аргументы относительно того, что это «исследование, в котором автор должен показать, что он владеет навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности, требующей широкого образования в соответствующем направлении, как того требует ГОС», также показались относительно доказательными. В итоге мы пришли к мнению, что данная проблема не просто актуальна и дискуссионна по сути, но и требует широкого обсуждения.

В день собеседования с поступающими в магистратуру я чаще всего слышу один и тот же вопрос от них: «А что мне даст диплом магистра?» Ответ мой, наверное, не отличается оригинальностью, поскольку акцентирую внимание на двух основных постулатах: это Вам нужно, если планируете заниматься наукой, преподавать в вузе, или – если в перспективе видите себя на руководящей должности в массмедиа. Правда, во втором случае приходится объяснять, что в нашей стране пока нет понятия «образовательный ценз», дающий право на такого рода деятельность лишь при соответствующем уровне образования. Уточняя: нет, но наверняка когда-нибудь и наша профессия журналиста станет «закрытой» без подобного уровня, как это принято в большинстве европейских стран. Поскольку наш департамент (читай, по-старому – факультет) лишь в этом году сделает первый выпуск магистров, проверить на практике, какое направление приложения сил будет ими реализовано в большей степени, пока нельзя. Но радует тот факт, что многие магистранты уже на деле реализуют «компетентностный подход», то есть работают в СМИ, причем некоторые – на руководящих должностях. Хотя это отнюдь не снимает главное противоречие: что должно в их подготовке и итоговой диссертации превалировать – результаты теоретических исследований или практика применения тех или иных системных знаний, полученных в университете?

Вопрос не так прост, как кажется при первом приближении. Проанализировав более десятка положений о магистерских диссертациях, выставленных в открытом доступе ряда факультетов и отделений журналистики университетов России, я убедился, что основной акцент в них делается на формальную сторону – прежде всего, добросовестно цитируются положения Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 03100 Журналистика (квалификация/степень «магистр»), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 22 марта

2010 г. № 199. А также подробно описываются требования к оформлению данного типа работы, порядок подготовки и процедура защиты диссертации. Есть в них и очень полезные рекомендации, ссылки, варианты подачи материала и т. п. Несомненную ценность имеют в этом плане учебно-методические разработки факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (составители и научные редакторы кандидат филологических наук, доцент М.И. Алексеева; кандидат филологических наук, старший преподаватель С.С. Смирнов)³, акцентированные на итоговый результат «Методические рекомендации по подготовке рабочих программ научно-исследовательских практик» Санкт-Петербургского государственного университета, составители методист Центра научных и инновационных программ факультета журналистики Л.И. Афанасьева и кандидат социологических наук, директор данного Центра Е.В. Шмелева⁴, «Методические указания», разработанные профессором Н.С. Кирмелем в Московском государственном гуманитарном университет имени М.А. Шолохова⁵ и ряд других системно выполненных материалов прикладного характера, представленных вузами.

Вместе с тем такие, к примеру, пассажи, как рекомендации, данные магистрантам-журналистам в Южном федеральном университете – «ориентируясь на современный уровень развития истории и теории СМИ, используя традиционные и новейшие методы и средства научного познания и достижения информационной культуры, магистрант выбирает актуальную конкретную тему, изучает с возможной полнотой источники и научную литературу, составляет план своего исследования и последовательно реализует его на практике»⁶, согласитесь, уместны и для ВКР бакалавра, и для дипломного сочинения специалиста. Причем можно их с полным основанием дать и аспиранту, пишущему кандидатскую диссертацию. То же самое можно сказать и по поводу рекомендаций для магистров других профильных программ, к примеру, юристов Кубанского государственного университета: «Магистр должен обладать широкой эрудицией, фундаментальной научной базой, владеть методологией научного творчества, современными информационными технологиями, методами получения, обработки, хранения и использования научной информации, быть способным к плодотворной научно-исследовательской и научно-педагогической деятельности»⁷.

Что же – это методологический тупик для любого исследователя-гуманитария? Уж магистранты-то химики, биологи или физики легко докажут, что уровень их лабораторных или полевых исследований несравним со студенческим. И они будут правы. Для журналистов, на наш взгляд, все и проще и, одновременно, сложнее. Сочетание теоретических разработок, проведение различного рода исследований и представление конкретных результатов творческой деятельности в идеале, как резонно отмечают многие методисты-разработ-

чики, должно характеризовать как итог обучения два типа магистерских диссертаций: научно-исследовательского и профессионально-творческого характера. Но опять же, смотрите, к примеру, аргументацию первой и второй: «В ней выпускник должен продемонстрировать способность к инновационному мышлению, умение провести самостоятельное исследование по актуальной тематике в области СМИ и других средств массовой коммуникации...»; «в зависимости от профилизации в выпускной работе профессионально-творческого характера должны быть представлены серии публикаций, телерадиопрограммы или другие медиапроекты»⁸. Можно подписаться под каждой из формулировок. Но есть ли здесь что-нибудь «единичное» для магистрантов? Вопрос риторический. Но выход, на мой взгляд, нужно искать в обязательности прикладного характера любых исследований магистрантов. Попробую доказать правомерность этой точки зрения.

Преподаватели со стажем должны помнить тот факт, что защита любой кандидатской диссертации в свое время в обязательном порядке должно было сопровождаться представлением справки о внедрении результатов проведенного соискателем исследования. Формально и сегодня это является требованием (без какого-либо справочного сопровождения), но, в силу объемности доказательной базы и чаще всего отсроченности подобного рода результатов, все это не является все же главным достижением диссертанта – кандидата или даже доктора наук. В случае же с магистрантами, как ни странно, это более чем достижимо, поскольку реализуется на локальном уровне. Что это означает на практике? Позволю себе привести пример из практики работы с магистрантами нашей программы «Теория и методика журналистского творчества».

Поскольку в качестве вступительного испытания на это направление предусмотрен творческий конкурс, с представлением своих работ, опубликованных в СМИ, у нас всегда есть уверенность, что «случайные люди» к нам не поступают. Поэтому даже для выпускников-бакалавров немедийной профилизации обучение после установочных лекций начинается с учебной практики в массмедиа. Задача – по возможности сразу определиться, какое из них будет для магистрантов профильным в течение обучения. Дело в том, что кроме подготовки публикаций или творческих работ иного характера, данное массмедиа будет для них в дальнейшем и объектом эмпирических исследований, к примеру, с точки зрения эффективности деятельности. Результаты научно-исследовательской практики при этом будут зачтены только после сообщения их на производственном заседании коллегтива или в других формах, согласованных с руководством. Чем не форма проверки результатов внедрения? В магистерской диссертации эмпирическая составляющая также должна быть представлена с опорой на деятельность данного массмедиа

или ряда подобных из этой же типологической группы. Опыт показывает, что подобный подход, с одной стороны, усложняет задачу начинающему исследователю, а с другой – нередко определяет его дальнейшую судьбу как профессионала, поскольку руководители видят его творческий потенциал несколько с иной стороны. Пока подобная методика реализуется нами, что называется, в порядке эксперимента, но и первые результаты обнадеживают. Хотя будем, безусловно, ее эффективность анализировать лишь после первого выпуска магистров данной программы, а также через год после начала их профессиональной деятельности в новом качестве.

Вместе с тем проблема организации обучения в магистратуре, на мой взгляд, актуализирует и такую проблему, как сопряжение учебных дисциплин. В Швеции, в городе Кальмаре, где приходится быть на стажировке в Институте повышения квалификации журналистов (FOJO), за стеной располагается факультет журналистики Высшей школы. Сравнил учебные планы наших вузов. Выяснилось, что у зарубежных коллег в программе много курсов, не просто развивающих креативность сознания будущих журналистов, но и перебрасывающих «мостики» к освоению на первый взгляд сугубо теоретического материала.

К примеру, в изучении шведской и зарубежной литературы обязательно делается акцент и на публицистическое творчество писателей. Ведь практически все из них с этого начинали или, наряду с созданием литературных произведений, активно сотрудничали с периодическими изданиями. Кстати, многие шведские писатели ведут практические спецкурсы для журналистов – кто как не они может научить создавать оригинальные тексты. История журналистики активно «сопряжена» с курсами профессиональной этики и права. В их рамках, считают здесь, как нельзя лучше, в развитии можно наблюдать взаимоотношения общества и СМИ. Курс «Креативные коммуникации» предполагает освоение студентами практических основ владения родным языком, стилистикой, а также риторики и психологии. «Основы культурологии» взаимосвязаны с обязательными для освоения курсами профессиональной фотографии, графического дизайна и... музыки.

Вообще система подготовки будущих работников СМИ Швеции имеет ярко выраженную практическую направленность. Не могу судить об университетской подготовке, поскольку три традиционных лидера – факультеты журналистики в университетах Стокгольма, Гётеборга и Мальмё, знакомы мне лишь косвенно, но в Высших школах (институтах) это факт непреложный.

Приём в большинстве университетов и высших школ предусмотрен на две «массово-коммуникационные» специальности – «Media Production and Journalism» и «Media Management», условные аналоги нашим специальностям «журналистика» и «менеджмент СМИ». Обучение разделено следу-

ющим образом: бакалавриат – три года и магистратура – один год. Специализация во время обучения, как правило, не предусмотрена. Все в равной степени изучают специфику, жанры, выполняют практические задания в рамках телевизионной журналистики, радио, периодической печати, различных видов журналистики в Интернет. Мнение у всех моих зарубежных собеседников было одно: во-первых, сегодня нужны журналисты-универсалы, во-вторых, выпускник зачастую не знает ещё, где найдет место работы, а в-третьих, технологический прогресс и тенденции современного менеджмента СМИ все более развиваются в сторону конвергенции различных видов массовой коммуникации, взаимовлияния или прямой холдинговой деятельности.

Кстати, коллеги из Высшей школы именно этим объясняют тот факт, что у их выпускников практически не бывает проблем с поиском места работы. Хотя в целом в Швеции найти работу молодому журналисту бывает непросто. Помогает то, что активно развивается веб-журналистика, формируются пресс-службы и пиар-агентства, в которых остро востребовано умение создавать реальные тексты. Немало магистров к тому же выбирает преподавательскую деятельность, причем не обязательно по журналистике. «Творческие люди, умеющие создавать тексты, а еще и учить делать это других, всегда ценятся», – заметил по этому поводу профессор Клас Тор.

Непреложен факт, что массовая коммуникация занимает в современной человеческой культуре особое место. Обусловлено это прежде всего тем, что в XXI веке с развитием техники и технологий стали многограннее не только информационные связи, но зачастую, менялся и сам «культурологический» статус массовой коммуникации.

Я в нашем профессиональном сообществе выскажу может быть кощунственную мысль. Но, уверен, в деле формирования медакультуры сегодня нельзя отгораживаться от специалистов, осваивающих и другие сегменты: рекламистов, пиарщиков, политтехнологов. Да, мы за чистоту журналистики. Но массово-коммуникационное влияние на конкретного человека, ту или иную социальную группу сегодня столь сильно, многомерно и результативно, что, не установив общие «правила игры», нельзя рассчитывать, что нам в одиночку удастся решать серьезные задачи по воспитанию свободного от любого манипулятивного влияния человека. А эта задача, как нам кажется, является одной из важнейших в деле организации подготовки специалистов новой формации⁹.

Примечательно, что сами магистранты довольно четко представляют самоценность обучения в магистратуре еще и исходя из развития своих статусных характеристик. Корреспондент газеты «Деловой Петербург» Эльнара Петрова, бакалавр журналистики, студентка магистратуры 2-го курса, программа «Теория и методика жур-

налистского творчества», выпускница факультета журналистики СПбГУ, замечает по этому поводу: «Магистратура дает возможность лучше реализоваться в работе, потому, что твоя стоимость, твой личный капитал возрастает. После ее окончания ты становишься не просто специалистом, а специалистом международного уровня. Я работаю в газете «Деловой Петербург», пишу для молодежной рубрики. Когда мои работодатели узнали, что я продолжаю образование в магистратуре факультета журналистики СПбГУ и имею прямой контакт с аудиторией, для которой пишу, они стали больше прислушиваться к моим мнениям, к моей точке зрения и стали больше помогать мне в реализации моих проектов. Я считаю, что если вы хотите чего-то добиваться в жизни, то вы должны поступать в магистратуру»¹⁰. Вторит ей и второкурсница магистратуры департамента «Факультет журналистики» УрФУ Татьяна Жинжина: «Вначале, когда я пришла на практику на екатеринбургскую радиостанцию «Рок Арсенал» и предложила провести исследование эффективности проводимых акций, надо мной, честно говоря, поначалу посмеивались... Сегодня уже никто по-иному и не представляет организацию деятельности».

Резюмируя, можно сказать, что переход на двухуровневую систему образования открывает много перспектив выпускникам наших вузов. Интернационализация высшего образования – тенденция, которая, уверен, будет лишь развиваться год от года. И главное для любого преподавателя вуза – находить возможность формирования конкурентных преимуществ, характеризующих наших студентов и особенно магистрантов. Иначе и не стоило бы отказываться от того, что наработано десятилетиями? Очень интересно узнать мнение по этому поводу коллег из других университетов. А как у вас происходит адаптация магистрантов, да и самих преподавателей, к новым условиям, в которых придется работать?

г. Екатеринбург

(статья впервые опубликована в журнале «Известия Уральского Федерального университета». Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2013, № 2 (113).

Примечания:

1. Цит. по: [Электронный ресурс]. URL <http://do.gendocs.ru/docs/index-100806.html?page=2#3073595> (дата обращения 8 марта 2013).

2. Здесь и далее цитируем «Методические рекомендации по написанию и оформлению магистерской диссертации» по данной программе магистратуры, утвержденные УМС Института гуманитарных наук и искусств УрФУ 8 января 2012 г.

3. [Электронный ресурс]. URL <http://www.journ.msu.ru/education/magistrate/howto.pdf> (дата обращения 11 февраля 2013).

4. [Электронный ресурс]. http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1300273931_3798.pdf (дата обращения 17 февраля 2013).

5. [Электронный ресурс]. http://mggu-sh.ru/sites/default/files/magisterskaya_dissertaciya_kirmel.pdf (дата обращения 19 февраля 2013).

6. [Электронный ресурс]. <http://do.gendocs.ru/docs/index-31110.html#7268757> (дата обращения 23 февраля 2013).

7. [Электронный ресурс]. http://law.kubsu.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=315:krimlab&catid=45:education (дата обращения 3 марта 2013).

8. [Электронный ресурс]. http://files.msuc.org/oor/Magistratura/MACSMEDIA/031300_M_zgurnalictika.pdf (дата обращения 11 марта 2013).

9. Журнал «Известия Уральского федерального университета» системно представляет обсуждение данной проблематики на своих страницах. Достаточно сказать, что только за 2012 год было опубликовано более 20 статей, так или иначе касающихся темы формирования и развития профессиональной культуры журналистов. См., к примеру, только

статьи автора данной публикации: Олешко В.Ф. Логика профессиональной культуры // Известия Уральского Федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2012, № 1 (98); Олешко В.Ф. Журналистика на пути модернизации // Известия Уральского Федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2012, № 1 (98); Олешко В.Ф. Мобильные возможности гражданской журналистики // Известия Уральского Федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2012, № 2 (98).

10. Цит. по: [Электронный ресурс]. <http://jf.spbu.ru/magistracy/> (дата обращения 1 марта 2013).



Дирижер медийного оркестра

Любая редакция — это симфонический оркестр. Одна фальшивая нота — и все прахом. В этом — ужас медиабизнеса

Рождение нового медиапроекта и его дальнейшая судьба — всегда уравнение с многими неизвестными. Соотношение удачи, везения и выверенных технологий — тоже тайна за семью печатями. В апреле 2008 года исполнится пять лет с того момента, как вышел в свет первый номер журнала «Эксперт-Сибирь». На этот раз день рождения почти совпадает с выходом нашего двухсотого номера, поэтому мы празднуем двойной юбилей. О том, как зарождался журнал, о некоторых тонкостях, нюансах сибирского медиабизнеса рассказывает отец-основатель издания, его первый главный редактор, доцент факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова Валерий Иваницкий.

В точку

— Валерий Львович, как возникла идея создать журнал, какие факторы подвигли вас начать такой непростой во всех смыслах проект?

— В 2002 году «сбежалось» в одну точку несколько почти случайных моментов: «Эксперту» нужен был проект в Сибири, факультету журналистики Московского университета нужно было сближение с практиками, новосибирской медиагруппе «СПАРКС» требовался технологичный, продвинутый партнер, который помог бы отстроить современные процедуры ведения бизнеса. Казалось, эти три желания не могли в принципе реализоваться в одном месте. Однако в жизни бывает и не такое.

Реклама

«Эксперт» к тому времени мучительно, на протяжении уже трех лет пытался запустить сибирское приложение. В Новосибирске было три-четыре команды предпринимателей, с которыми он вел перманентные переговоры о возможном сотрудничестве. Более того, имелось под это дело уже несколько зарегистрированных компаний с названием «Эксперт-Сибирь». Когда мы стартовали, в городе была в некотором смысле немая сцена. Ко мне приходили самые разные люди и говорили: «Как же так, «Эксперт» ведь с нами обещал запустить проект?»

В то же время на факультете журналистики МГУ начались разговоры, что мы, преподаватели, отрываемся от практики, что нам необходим новый тип преподавателя, практикующего на профессиональном поле. В этих словах была и есть своя правда. Сужу исключительно по себе. К тому времени я читал на факультете массу спецкурсов, а на газетном отделении — курс лекций «Современные

концепции периодических изданий». В его рамках учил студентов тому, как грамотно придумать, оформить, запустить и развить периодическое издание, работающее в условиях рынка. В какой-то момент, если честно, почувствовал, что «скребу ложкой по днищу котелка», что мне не хватает современного практического опыта, достойного внимания старшекурсников.

Надо сказать, что старшекурсники, а я работаю преимущественно с четвертым и пятым курсами, — особая статья. В любом вузе — а в МГУ на журфаке тем паче — живут они очень свободной и по-своему прагматичной жизнью. Очень легко можно зайти в аудиторию и... под «стук собственных копыт» ретироваться — она может оказаться пустой. Объяснение будет такое: людям некогда, им неинтересно, они заняты. И это специфика журфака, его вековая вольница, культурная, если хотите, традиция, насколько бы спорной она на первый взгляд ни казалась. К четвертому курсу практически все работают, поэтому едут на лекцию только в том случае, если она реально полезна, интересна. Пересказывать и дальше байки из склепа под названием «советская газета» было в этой ситуации просто непедагогично. Вполне всерьез в это время я думал о том, чтобы пойти на работу в СМИ на любую должность, связанную с менеджментом, — мне требовалась некая условная проблемная лаборатория, аккумулирующая живую информацию с рынка, чтобы оставаться востребованным педагогом.

Надежда на то, что проект «Эксперт-Сибирь» станет такой лабораторией, и была определяющей.

— А как, от кого поступило предложение? И как возникла в проекте группа «СПАРКС»?

— В 2002 году факультет журналистики запустил спецотделение «Экономика и менеджмент СМИ». Руководить им стала профессор Елена Леонидовна Вартанова, ныне исполняющая обязанности декана нашего факультета. Поддержали идею его создания и тогдашний декан, а ныне президент журфака МГУ профессор Ясен Николаевич Засурский, а также патриарх отечественной медиаэкономики профессор Семен Моисеевич Гуревич.

Проект был рискованный, мало кто верил в то, что на академический факультет приедут учиться практики. Но приехали. Как раз среди первых слушателей спецотделения был и Вадим Геннадьевич Кунгурцев, один из тогдашних учредителей группы «СПАРКС».

Первым, кто меня начал «качать» на предмет участия в сибирском проекте, была тогдашний коммерческий директор журнала «Эксперт-Урал». Зовут ее Раиса Иваницкая. Это моя сестра.

На Урале как раз дела шли хорошо, и главный редактор «Эксперта» Валерий Фадеев не раз просил ее найти человека, который реально смог бы запустить еще и сибирский проект. Что делает в таких случаях младшая сестра? Она начинает уговаривать заняться этим старшего брата, который с 17 лет с небольшими перерывами трудится на ниве профессиональной журналистики.

Я посоветовался со своим тогдашним заведующим кафедрой – профессором Михаилом Васильевичем Шкондиным, он тоже бывший журналист – собкор ТАССа в Калмыкии, позже главный редактор издательства «Московский университет». И как опытный, искушенный во многих вещах человек, он предположил, что в плане мероприятий, которые готовит кафедра к 250-летию МГУ им. М.В. Ломоносова, такой проект, как участие в запуске регионального приложения журнала «Эксперт», будет смотреться неплохо. По сути, он элегантно снял конфликт между педагогической и журналистской работой. Именно благодаря Михаилу Васильевичу я получил возможность проводить большое количество времени в Новосибирске, отчитываясь этой работой перед кафедрой, а свои публикации в журнале учитывать как результаты научной работы. Таким образом, «Эксперт-Сибирь» и стал некоей вынесенной проблемной лабораторией факультета журналистики МГУ, организованной на базе группы «СПАРКС».

– «Эксперт» в то время уже серьезно потратился на запуск «Северо-Запада» (Санкт-Петербург) и «Урала» (Екатеринбург) – проектов, которые на этапе становления были убыточными. Как предполагалось финансировать «Сибирь»?

– «Сибирь» была первым проектом, в который «Эксперт» отказался вкладывать деньги, а обеспечивал только имя, бренд. Поэтому с самого начала обсуждение финансового вопроса замыкалось на поиске стороннего инвестора. Но классического, который бы вкладывал и вкладывал деньги без страха и упрека, в надежде на то, что они когда-нибудь вернуться, естественно, было найти сложно.

Поэтому я решил пойти по пути создания так называемого партнерского пояса. Поскольку идея обсуждалась и на спецотделении, я среагировал на интерес, который проявил Вадим Кунгурцев.

Мы подумали и сделали предположение, что материальная база для запуска журнала есть. Вместе с ним сходили на встречи в «Эксперт», нам очень понравились люди, которые там работали. Было достаточно необычное, очень энергичное общение, в реальности мы впервые столкнулись с новой популяцией журналистов, молодых, образованных, имеющих свою точку зрения на то, что происходит в стране, предлагающих собственные рецепты решения проблем. Тогда «Эксперт» находился на пике своей интеллектуальной славы.

Пообщавшись с Валерием Фадеевым, Александром Приваловым, Татьяной Романовой, другими будущими коллегами, мы и приняли предложение «Эксперта».

Вадим Кунгурцев стал генеральным директором журнала, я – его главным редактором, руководителем проекта. Все счастливым образом сложилось так, что это предложение никак не напрягло и не ущемило ни одну из сторон. Уже тогда возникло ощущение, что мы сможем проект запустить. В итоге 11 февраля 2003 года мы зарегистрировали журнал «Эксперт-Сибирь», а в апреле вышел его первый номер. Спустя почти два года я ушел с должности главного редактора, подготовив на это место Николая Самсонова (сегодня заместитель главного редактора, руководитель региональных проектов журнала. – Ред.), социолога, поставившего нам работу аналитического центра. Ушел, оставшись руководителем проекта, председателем совета директоров ЗАО «Эксперт-Сибирь». Но это все было потом.

– Получается, что группа «СПАРКС» все-таки стала инвестировать средства в медиапроект?

– Нет, рекламная группа «СПАРКС» стала генеральным партнером нашего журнала, предоставив в аренду офис, оборудование, мебель, ее технические специалисты начали обслуживать и наш проект, мы получили доступ к клиентской базе. Интерес «СПАРКСа» был предельно прост – научиться у «продвинутого» партнера современным технологиям ведения медиабизнеса, вывести свое дело с помощью инновационных подходов на новый уровень. Эта задача на базе партнерства с «Экспертом» была, насколько я понимаю, выполнена. Сегодня «СПАРКС» – одна из самых современных, инновационных, технологичных групп, работающих на медиарынке России. И это не только мое мнение. В «СПАРКС» сегодня эдзят учиться организации рекламного дела в метрополитене со всей страны. Наверное, есть что перенять. Так что группа своих целей в результате запуска «Эксперта-Сибирь» достигла.

Группа «СПАРКС» и еще целый ряд предприятий стали «якорными» рекламодателями, благодаря чему проект стал прибыльным с первого номера. Это нельзя назвать инвестициями. Просто коммерсантами были приняты высокорисковые решения в надежде на то, что проект разовьется, и потраченные на рекламу деньги вернуться им с рынка. От меня требовалось немного – стать гарантом того, что журнал не умрет на третьем-четвертом номере. Куда деваться – стал: к тому времени проект увлек не на шутку, затянул в свой круговорот.

Со стороны большого «Эксперта» тоже были некоторые «якорные» вещи. Например, по согласованию с генеральным директором «Эксперта» Александром Приваловым через год нашей работы деньги, которые раньше шли на оплату печати, мы стали направлять на продвижение журнала.

Но здесь произошла трагикомическая история: предпочтения быстро превратились в кредит, который пришлось «Эксперту» вернуть. А история

такая: под предполагаемые инвестиции был сделан план-график, согласно которому тираж нашего журнала планировалось за два года увеличить с 9 до 25 тысяч. Мы начали активно добиваться поставленных целей, в результате тираж за семь месяцев достиг почти 14 тысяч. Вот тут и прозвучало: «О! У вас стало получаться! Все – деньги верните!». И мы проинвестированные в продвижение средства до копейки отдали. Но тираж остался, и рекламу стало легче продавать.

Так что все это нельзя назвать инвестированием – это было взаимовыгодное сотрудничество. Проект никогда не был дотационным. Иногда случившиеся кассовые разрывы покрывались вперед оплаченной рекламой. Но не более того.

Первая – колом

– В какой атмосфере проходили первые месяцы после старта проекта?

– В атмосфере беспросветной пахоты и хорошего настроения. Очень быстро стало ясно, что будет много работы, иногда нелогичной, при практическом отсутствии профессиональных журналистских кадров. На первый год был выбран алгоритм, на мой взгляд, достаточно спорный, хотя в его правильности убеждали все, кто работал в «Эксперте», – выпускать по одному номеру в месяц. Так мы выходили до августа 2003 года – было безумно тяжело. После того как начали делать два выпуска в месяц, стало полегче, а ровно через год вышли на еженедельный режим – во что поначалу не верил никто, и я вздохнул свободно и легко. Еженедельный режим – самое то для журналистов, которые все равно делают все в последнюю минуту.

Как искали сотрудников? Приехав в Новосибирск, разыскал двух своих друзей – фотографа Бориса Барышникова и художника-карикатуриста Владимира Степанова (сегодня они – бильдредактор и главный художник журнала «Эксперт-Сибирь» соответственно. – Ред.). Они не отказались помогать в безнадежном деле педагогу высшей школы, хотя понятно, никто сломя голову в проект не бросился. Много помогал директор «СПАРКСа» Максим Лозовский (сейчас работает в международной компании Strategy Partners в Москве, руководит ее проектом по стратегическому развитию Иркутской области. – Ред.), его жена Елена Гуцалюк и дизайнер, тогда еще студентка Марина Пешкина (сегодня иллюстратор компании Nestle в Цюрихе, Швейцария. – Ред.).

В это же время экс-вице-мэр города Красноярска – мой сокурсник Василий Нелюбин – временно нетрудоустроенный в связи с уходом из мэрии, приехал повидаться в Новосибирск и попутно написал некоторое количество материалов. Правда, он вернулся в журналистику ненадолго – состоялось назначение на пост руководителя департамента в администрации Александра Хлопонина. Так редакция потеряла первого корреспондента, но получила первого союзника на территории Красноярского края. Это и был первый состав редакции.

Поскольку профессиональное журналистское сообщество Новосибирска не очень обрадовалось появлению конкурента, я тут же собрал первый урожай критики, язвительных реплик и едких замечаний по поводу «немереного московского бабла» и прочего. Это было непривычно и обидно, но пережили. Первый номер мы сделали «на коленке». Львиная доля материалов была либо написана, либо переписана мной. В этом нет ничего особенного – просто определенная, хорошо продуманная технология запуска – никакого геройства. Есть два способа выводить издание на рынок: либо ты ввязываешься в так называемую технологию нулевого номера, когда целый год коллектив строит воздушные замки, пьет много пива и водки, занимается внутренними коммуникациями и мучительно рождает этот «нулевой» номер, тратя при этом огромное количество денег; либо ты за неделю готовишь «пилот», при этом желательно, чтобы на нем стояла цифра «1», а не «0», и подписываешь «в свет». Результат и в том, и в другом случае – слабый номер, критика, стресс, смешочки и хохотки. Потом – еще один стресс под названием «второй номер», который всегда идет гораздо тяжелее первого. И только с третьего начинает потихоньку падать персональная нагрузка, появляются новые люди, и редакция начинает жить своей жизнью.

В общем, первая – колом, вторая – соколом, а третья – легкой пташечкой...

– Как вы потом, на втором этапе, подбирали кадры?

– Практически случайным образом. Кто-то кого-то приводил. Кто-то сам приходил. Очень большую роль в этом смысле сыграл Владимир Григорьевич Степанов. Вообще они с Борисом Николаевичем Барышниковым – феноменально недооцененные профессиональным сообществом люди. И тот, и другой работают на мировом уровне. Ответственно заявляю, поскольку сам каждый день встречаюсь и общаюсь с теми, кто олицетворяет этот самый мировой уровень. Поэтому первая большая кадровая удача журнала носит их имена и связана с их приходом на штатную работу в редакцию.

Большим везением стал приход к нам шеф-редактора Юрия Павловича Афанаскина (сегодня заместитель главного редактора, руководитель службы выпуска журнала. – Ред.). Никого не хочу принизить из тех, кто работал тогда или продолжает работать сейчас, но проект в какой-то момент устоял благодаря ему.

Смешная и поучительная история была с приходом главного дизайнера Антона Носкова (сегодня арт-директор одного из женских глянцевого журналов в Москве. – Ред.). Мне принесли письмо, которое пришло на редакционный e-mail, дескать, нравится журнал, хотел бы у вас работать. Письмо без подписи. Я сказал, что с анонимщиками не разговариваю, и бросил его в корзину. Через длительный промежуток времени пришел в редакцию Антон Носков. У него были хорошие рекомендации, и я взял его, несмотря на сонный вид и честное предупреждение, что он будет опаздывать на работу.

Он и вправду поначалу опаздывал регулярно, но работал феерически красиво. Очень долго Антон Носков работал один, без помощников. Уже потом я выяснил, что он так же хорошо может сделать сайт, качественно «отработать» фоторепортаж, написать толковый текст. Думаю, если его поставить на футбольные ворота, то так же хорошо он будет брать мячи. Чуть зависая в прыжке...

Поэтому никакой особой кадровой политики не было, принимали почти всех, кто приходил и просился на работу. Кто уходил, уходили тяжело. Недобро глядя мимо меня. Вылететь можно было из редакции, без вариантов, только за две вещи – за попытку пропихнуть «джинсу» либо за шантаж увольнением. Было введено правило – если человек в явной форме произнес слова «я уволюсь» – он уволился. Со всем остальным – мирились, входили в положение, учили. Только к середине 2005 года, когда штат можно было считать укомплектованным, мы начали работать на удержание, поскольку людей формата «Эксперта» найти было крайне сложно. И даже мне, человеку, который всю жизнь проработал в журналистике, пришлось собрать со стороны коллег из «Эксперта» урожай жесточайшей критики по поводу своих статей. Никогда не забуду письмо Саши Сычева, шеф-редактора региональных приложений «Эксперта», со словами: «Все, Валера, я сломался – править больше не могу». Надо сказать, такая критика сильно смягчила меня по отношению к собственным сотрудникам. Ведь если ты сам не можешь с ходу «въехать» в формат, почему это должны делать другие? Мы все учились, и в итоге эта учеба дала свой результат – сегодня в журнале высококлассный коллектив.

– То есть были особенности вашего стиля управления?

– Никаких особенностей. Мы, редколлегия, просто не обманывали сотрудников, прежде всего в том, что касалось денег. Бывали задержки, накладки, но, в общем, все, о чем мы договаривались, выполнялось. Исполнение простых правил всегда приносит хорошие результаты. Я думаю, все мы – только люди, и для нас, кроме удовольствия от работы, материальный фактор тоже немаловажен.

Особенности в другом: любой русский, а сибиряк в особенности, долго не верит в то, что его в итоге не кинут. И это страшно тормозит процесс. Первый месяц не кинули, второй не кинули, третий опять не кинули – значит, что-то готовится. Четвертый, пятый – тревога перерастает в ужас.

Вот это чувство нарастающей тревоги и было главной проблемой. Я старался его побороть опять же простым способом – сделав работу организации абсолютно прозрачной для сотрудников.

Здесь свою роль, надо сказать, тоже сыграло сотрудничество с группой «СПАРКС». Запуская процедуры регулярного менеджмента у себя в редакции, мы попутно отстраивали их и у партнера. Для того чтобы не запутаться в многочисленных нюансах и деталях, мы решили написать программу класса ERP (Enterprise Resource Planning), то есть создать систему планирования и управления ресурсами

предприятия, которая бы учитывала все аспекты деятельности медиахолдинга, имеющего в своем активе СМИ, рекламные носители в метрополитене, пресс-центр. Как известно, подобные программы стоят очень дорого, цена их достигает 15 миллионов долларов. Таких денег у нас не было. Но и работать без подобной ИТ-платформы было дальше невозможно.

Когда в 2004 году я объявил о необходимости создания такой программы собственными силами, грусти моих коллег не было предела. Но погрузили-погрузили и начали потихоньку писать. Итог: сегодня программа – Интранет – сделана, она зарегистрирована в Роспатенте, на ее основе работают и группа «СПАРКС», и журнал «Эксперт-Сибирь», и еще многие наши друзья и коллеги. Результат – любой сотрудник в режиме реального времени видит, в каком состоянии находится его фирма, все бизнес-процессы проходят в программной среде, в результате экономятся огромные деньги, в разы повышается производительность труда.

Свою роль в становлении журнала сыграл профессиональный офис со своим кафе, с пресс-центром, оборудованным по последнему слову техники, который мы, арендовав, отремонтировали за очень короткое время. Правда, с офисом связано много казусов. Мои студенты, например, столкнувшись на журналистских «тусовках» с новосибирцами, потом спрашивали: правда ли, что я создал в офисе редакции «Эксперта-Сибирь» систему тотального видеонаблюдения?

Ну да, создал – систему психологической защиты коллектива, где компонентой присутствует и видеонаблюдение. Камеры пишут все, что происходит в рабочих помещениях, но... через две недели информация автоматически стирается. Никто ее не просматривает, если не случилось какого-то форс-мажора. Только в случае происшествия запись «откатывается» назад и детально изучается. Например, однажды летним ливнем через систему вентиляции (кому рассказываю, не верят) затопило офис. Видеозапись этого эпохального события послужила документальным доказательством нашей невиновности перед арендодателем. Цена вопроса – очень много денег с перспективой банкротства журнала. Затопило нас и тех, кто был этажом ниже, качественно. Риск потерять и офис, и бизнес был стопроцентным, если была бы доказана наша вина. В другой раз один посетитель украл телефон у нашего сотрудника. На записи событие зафиксировано. Сняты подозрения с членов коллектива. Не будь этого – все бы друг друга подозревали. Кто-то бы обязательно поссорился, кто-то бы обиделся на подозрения – кинул заявление на стол... Это жизнь.

Управлять серпентарием

– Как вы считаете, применимы ли в руководстве таким коллективом, как редакция журнала, жесткие авторитарные меры?

– Применимы адекватные меры. А они бывают разные – и жесткие, и мягкие, и попахивающие

откровенным самодурством. Всегда добиваться целей, исполнения своих приказов – это великое качество для руководителя. Но не в отношении редакции. В бою, в интриге, возможно, даже в любви, но только не в редакции. Она, редакция – это такой очень сложный организм, с женским характером, с часто меняющимся настроением. И если ты не научился улавливать редакционную атмосферу, не научился быть адекватен именно ей – ты не сможешь руководить. К сожалению, очень многие из руководителей СМИ этих вещей не понимают.

Журналистов, я говорю о нормальных журналистах, любящих и уважающих свою профессию, понимающих ее общественное значение, нужно, например, постоянно защищать. Беречь их профессиональные представления о чести, совести от так называемого рынка, от хватких рыночных ребят. Журналисты как класс находятся в непреходящем стрессе от того, что случилось с нашей профессией за последние двадцать лет.

С коммерсантами, программистами, бухгалтерами сложнее. Здесь нужно на все иметь свою точку зрения и во всем разбираться. Эта публика уже другая – часто жесткая, конкретная, всегда готовая к конфликту.

Журналистский корпус, со своей собственной культурой, перемешался в современной редакции с юристами, технарями, менеджерами – людьми, которые пришли к нам из другого мира, со своими ценностями, со своей мотивацией. В результате в любой редакции всегда тлеет системный конфликт между собственно журналистами и всеми остальными.

Чтобы управлять этим дружественным серпентарием, руководителю СМИ нужно обладать таким качеством, которое называется интегральной компетенцией. Первый человек в редакции должен уметь делать все. От написания новостной заметки до подготовки оригинал-макета – всю цепочку. От правильного оформления расходного ордера до заполнения квартального баланса. От ремонта компьютера, инсталляции программного пакета до написания сложнейших программ. От составления текста приказа на командировку до текста сложнейшего хозяйственного договора. Что-то хорошо, что-то плохо, что-то средне, но он должен уметь делать все, иметь представление обо всем. Иначе его сломают. Бывают, особенно на стадии запуска проекта, минуты и часы предельного накала отношений с родным коллективом, когда ты, чтобы дальше не разжигать страсти, просто обязан остаться один и молча сделать за всех всю работу.

Только после этого редакция в целом и каждый сотрудник по отдельности испытают искренний острый приступ стыда и вернуться к общему делу. Если у тебя нет этих знаний, тебя всегда будут «подъедать», всегда будет легкий профессиональный шантаж даже со стороны самых достойных сотрудников. Такова наша профессиональная среда – всегда проверять руководителя «на зуб».

Все это очень непросто, это почти невозможно. Ну и что? А кому легко? Космонавтам? Хирургам? Настоящий профессионал – всегда человек с интегральной компетенцией. Здесь, увы, без вариантов. Главное потом – эти компетенции постепенно передать своим сотрудникам, обучив их всем нюансам поручаемого дела.

И еще важно понимать, что руководитель – всегда публичная фигура. От его действий или бездействия зависит настроение сотрудников. Если существуют какие-то изъяны в характере главы, они постепенно становятся изъянами всей организации. Всякий руководитель должен быть постоянно адекватен. Даже во время корпоратива, даже во время творческого трепа, любое твое неловкое слово, именно твое, и ничье больше, может испортить всю обедню.

Подобное понимание дается только опытом, работой над собой. Или талантом, но поскольку таланты редки – остается только работа, пахота. Как в игре. Есть в ней десять уровней, и однажды ты их прошел, совершив перед этим тысячи неудачных попыток. Надеялся на успех? Да нет, просто делал попытки – и однажды получилось.

– И как теперь вы оцениваете свою попытку с «Экспертом-Сибирь»? Получилось? Понравилось заниматься медиабизнесом? Будете продолжать?

– Отношусь как к эпизоду педагогической работы. Опыт «бизнес-рубилова», безусловно, оказался полезен, но я не полюбил эту среду. Все равно более органично чувствовал себя, работая как журналист, потом – как педагог. Честно. Когда журналист попадает в бизнес-среду, для него все необычно, многое непонятно. Много несправедливо. Никому ничего невозможно доказать, если тебя решили «прикопать» или положили глаз на твой бизнес, будь ты хоть трижды добросовестным налогоплательщиком.

Когда я служил в Советской Армии, то самым страшным была не дедовщина. Самым страшным было предупреждение старшего по званию о том, что если, мол, не хотите по-хорошему, будем действовать по Уставу. Буквальное исполнение Устава – есть самая изощренная из всех известных мне интеллектуально-физических пыток. Потому что издавающийся над тобой формально прав. Ты не можешь ему адекватно ответить, у тебя нет на это легитимной основы. Сегодняшняя ситуация в отношениях бизнеса и властей похожа. Не хочешь отдать по-хорошему, будем жить по Уставу. Для журналиста осознавать подобное – мучительно. Работая в бизнесе, я все равно оставался журналистом, и это требовало гигантских, прежде всего энергетических усилий, издержек. Если бы мне выпала чуть-чуть другая судьба, и я бы занимался только написанием журналистских текстов, может, был бы сейчас менее седым.

Традиции и легенды

– Какие формы управления могут держать редакцию в рамках единых корпоративных правил и норм и в то же время не ограничивать творческие амбиции сотрудников?

– Форма управления только одна – ты должен быть доступен для своих сотрудников. Пусть в рамках процедур, но каждый сотрудник должен знать, что у него раз в неделю или месяц будет возможность поговорить с тобой с глазу на глаз. Именно такое общение позволяет запустить «тонкие настройки» в коллективе, начать реальную передачу компетенций. Журналист так устроен – он практически не способен на обучение в публичных формах. Нужны разговоры тет-а-тет, равноправие в процессе обучения, непубличное корчевание многочисленных комплексов, которыми все мы богаты.

Никогда прямое публично данное поручение в редакции не будет исполняться с должным рвением. Сделать это, даже из самых лучших побуждений, – значит заработать репутацию лизоблюда. На самом деле в редакциях это называют гораздо более жестким термином. А вот исполнить ЛИЧНУЮ ПРОСЬБУ – совсем другое дело. Ладно, раз уж попросил больше не ходить в домашних тапочках по офису – не буду. И таких нюансов – миллионы. Это специфика нашей профессии.

Управление редакцией – это игра на музыкальном инструменте. Абсолютно банальный образ – расстроенное фортепиано. После того как профессиональный настройщик его настроит, любой третьюклассник музыкальной школы может сыграть на нем. То же самое происходит с редакцией. От тебя требуется одно – настроить инструмент. А потом на нем и без тебя сыграют.

Ну а если серьезно, кроме коллективных коммуникаций, у руководителя должны быть личные отношения с каждым человеком, точные представления о том, где заканчивается территория совместного «думанья» и где начинается личная территория каждого.

Один из лучших главных редакторов, встречавшихся в моей жизни, – а он и ныне, при всей своей сложной политической биографии, им и является – главный редактор «Советской России» Валентин Васильевич Чикин. Имевший ореол небожителя, кандидат в члены ЦК КПСС, однажды он вызвал меня в кабинет и сказал: «Валера, слетай в Якутск, там что-то происходит, быстро напиши материал и передай его лично мне». Я прилетел, за три часа написал материал, передал стенографистке в Москву (электронной почты тогда не было) и лег спать. Утром проснулся, купил в киоске свежую газету, а там – моя статья. Для молодого журналиста это дорогого стоит. Потом я готов был хоть на Луну лететь, если получал задание с пометкой главного редактора. Я знал, что мой труд не пропадет.

В журналистских традициях защищать своих сотрудников, публично всегда быть на их стороне. Плох тот командир, который сдает своих солдат «ни за понюх табака». Даже в советской печати, где я проработал достаточно долго, действовало правило: «С Дона выдачи нет». Я попадал в очень жесткие переплеты за свои статьи и выживал только

благодаря тому, что когда с тебя где-нибудь в очень статусном месте «снимают стружку», за спиной главный редактор шепчет: «Терпи, казак», и все...

Никакие формы не работают долго без искреннего уважения к коллегам.

– *Какие ключевые технологические правила должны соблюдаться в редакциях?*

– Есть только одно правило – соблюдение дедлайна как заключительной процедуры подготовки номера перед сдачей его в типографию. Если «посиделки» заканчиваются вовремя сданным в печать, качественным номером – никаких возражений. Если они мешают, значит, пить до дедлайна нельзя. И так – во всем.

Из редакции уходили хорошие люди, потому что я очень жестко ставил вопрос соблюдения технологий. Например, Татьяна Асадчая (сегодня заместитель генерального директора ООО «Сибирь-Пресс» по организационно-кадровым вопросам. – Ред.), однажды, на мой взгляд, не справилась со сдачей одного из специальных проектов. У нас состоялся очень жесткий публичный разговор, она хлопнула дверью и ушла.

Как мужчина я был неправ, как главный редактор – прав абсолютно. Вот и все «ключевые правила». Без нее стало тяжело – она была одним из немногих высоких профессионалов в редакции, но таков мой опыт: однажды уступив в процедурном вопросе, ты рискуешь всем делом. Если бы я ей, многим другим уступал, редакции сейчас не было бы. И не было бы этого интервью, и ваша должность, Артем, звучала бы по-другому.

Да, иногда до исступления было лихо, но было понимание, что по-другому нельзя, тебя же «на итогах» проклянут, если однажды уступишь. Это тот самый выбор, который все время делает руководитель.

В новых редакциях тяжелее всего приживаются процедуры. Но нужно бить в одну точку, пока процедура не станет традицией. Технология проста: вначале всем управляешь «в ручном режиме», все долго и мучительно привыкают к порядку, а однажды ты вдруг слышишь: «А у нас всегда так было, Валерий Львович, вы-то здесь при чем?» А я обычно и не претендую на авторские права, честно. Было и было – значит, дело сделано.

Сибирские «неолигархи»

– *Почему вы приняли решение выйти из проекта?*

– Просто пора было возвращаться в университет. Празднование 25-летнего юбилея МГУ в моем случае затянулось. Да и потом, любой проект – как ребенок. Этот ребенок вырос, и в какой-то момент я почувствовал, что пришло время «Ч». Редакция зажила самостоятельной жизнью. Вопросы, по которым она обращалась ко мне, и которые я пытался регулировать, свелись к минимуму. Наладились прямые коммуникации с большим «Экспертом», изменились в более мягкую сторону финансовые послы со стороны московской редакции. В общем, этот самый пакет акций – инструмент, который по-

зволял мне отстаивать интересы сибирской редакции в Москве – утратил свое значение.

И в этот момент, как всегда вовремя, Олег Дерипаска начал переговоры о покупке пакета акций ЗАО «Группа „Эксперт“». Возникла необходимость бесконечно подписывать какие-то документы по сделке. Мне этого не хотелось, потому что за всем этим стояла совсем уж большая политика и большой бизнес. Поэтому мы с Валерием Фадеевым договорились, что ни Олег Дерипаска, ни еще кто-то, а именно он выкупает мою долю и становится председателем совета директоров ЗАО «Эксперт-Сибирь», коим он сегодня и является.

– А сейчас вы участвуете в каких-либо медиа-проектах?

– Безусловно. Но не как первое лицо. Я бесконечно много проектов консультирую. Они есть и в Сибири, и в Москве. Сохранились отношения с группой «СПАРКС», с ней у нас, помимо Интранета, есть совместный проект – журнал студентов МГУ Exclusive. Позиция, которую я сейчас стараюсь занимать, сотрудничая с кем-либо, на языке бизнеса называется – «независимый директор». Ты ни от кого не зависишь, но обладаешь интегральной компетенцией. Если твои знания кому-то интересны – они используются в работе. Неинтересны – мы расстаемся. Очень органичная модель сотрудничества.

К тому же есть много проектов, в которых используется упомянутый мной ИТ-продукт «Интранет». Сегодня он потихоньку занимает свою нишу на рынке. Без рекламы, без шума. То есть если кто-то этот продукт покупает, я автоматически на определенное время становлюсь ИТ-консультантом этой компании.

Преподаю поточный курс на факультете журналистики МГУ «Основы бизнес-моделирования в СМИ», руковожу дипломниками и аспирантами, дописываю докторскую. Хватает дел, в общем.

– Насколько отличается сибирский бизнес от бизнеса в других регионах?

– Вы заметили, в Сибири нет олигархов из местных. Есть сибиряки с очень большими деньгами, но олигархов среди них нет, верно же? Никогда не думали, почему? Полагаю, потому, что любой сибиряк по своей природе – таежник. Когда человек уходит в тайгу, он не ставит перед собой никаких PR-задач – он должен просто вернуться живым, желательнее с добычей – и все. Он бредет, не ставя никаких рекордов, ни на лыжне, ни в стрельбе. Просто на прыгнувшую сверху росомуху должен вовремя выставить нож так, чтобы он точно вошел в горло, иначе она сломает ему позвоночник. Если он стреляет, то с первого выстрела должен уложить попавшегося на пути зверя – иначе раненый зверь кончит его. Неспешность, точность, нацеленность на конкретный результат. Он должен вернуться живым – это задача и минимум, и максимум. Поэтому бизнес в Сибири от бизнеса на других территориях отличается генетически – он непубличен, невзирая на любой результат. Люди не любят

хвалиться. Любимые слова сибиряков – «ничего», «пойдет», «помаленьку»... – Как дела? – Помаленьку. – Как слетал? – Ничего. – Как жизнь? – Пойдет.

И проект «Эксперт-Сибирь» в рамках этой культурной традиции развивается абсолютно органично: ничего, идет помаленьку. Работать в Сибири тяжело, работу нужно уметь делать, она не делается сама собой, как порой это происходит в столицах. Собрать в Новосибирске рекламы на два миллиона рублей в месяц абсолютно сопоставимо по усилиям с двумя-тремя миллионами долларов в Москве, если не больше. Московский менеджер ни на копейку не продаст в условиях Новосибирска. Это касается и журналистского труда. Например, мои студенты, издающие Exclusive, снимают трубку и договариваются об интервью с Михаилом Прохоровым, Филиппом Бахтиным, Русланом Хасбулатовым, Павлом Бородиным, Эвелиной Хромченко. А ты, сибиряк, должен корячиться, объясняться, лететь черт-те куда, да еще потом будут десять раз переспрашивать: «Чего? Где? Новосибирск? А это где?» – и так далее. Поэтому профессиональные кондиции ребят, которые работают в регионально-столичной журналистике, часто на порядок выше московских. И они каждую неделю после сданного номера возвращаются, как из похода в тайгу, – живыми и с добычей. И этого ДОСТАТОЧНО. Достаточно для того, чтобы себя уважать, чтобы жить нормально, чтобы строить планы на будущее.

Артем ПОПОВ,

«Эксперт Сибирь» №11 (200), 2008 – <http://expert.ru/siberia/2008/11/ivalichkiy/>

В незнании сила

«Вы, наверное, видели журнал Exclusive? Его сделали мои студенты, которые не знали, что канонический, модельный, с «нулевым» циклом запуск такого проекта в Москве обходится примерно в 10 миллионов долларов. Я им потом сказал, после того как номер вышел. Они ходили, ныли, дискутировали со мной, спрашивали, можно ли студентам запустить такой журнал, и сколько для этого нужно денег? Я им ответил, что если вы готовы работать круглосуточно, у вас есть фотоаппарат и личный компьютер, если факультет разрешит использовать хотя бы семь квадратных метров под офис, то этот проект нисколько не будет стоить, потому что рекламу в такой журнал вы сразу соберете в размере, необходимом для оплаты печати в типографии. Сейчас вышло уже четыре номера. Ребята на третьем курсе, у каждого из них на столе лежит предложение о переходе в крупные издательские дома на должности генерального директора и главного редактора. То же самое было и с журналом «Эксперт-Сибирь»: он был запущен на минимальные деньги и с первого номера начал работать с прибылью. Эта технология называется бустрэппинг. Ее смысл – в минимальных финансовых затратах за счет интегральной компетенции лидера».

Переделы

«Журналистика похожа на любую горно-перерабатывающую отрасль. Ты добываешь факты, затем начинаешь их перерабатывать. Идет грубая обработка – это информационная заметка. Потом начинаются уже более тонкие переделы – репортаж, корреспонденция, потом – аналитика, публицистика, и совсем тонкий – литература. Сегодня самое узкое место – как раз добыча фактов. Место фактов пытаются занять PR, чтобы восторжествовать над всеми остальными переделами. PR пытается сделать из журналистов рерайтеров – не надо думать, парень, форматируй это. Между PR и реальной журналистикой идет невидимая война. Она идет много сотен лет, но в ней всегда побеждает журналистика реального факта, оставаясь в истории рассыпью драгоценных переделов, ограненных и отшлифованных временем. Секрет этой победы прост – дерьмо не гранится и не шлифуется».

Ничего не вернется назад

«В современных редакциях часто не понимают, что все мы – продукт института под названием «русская журналистика», и что жили, живем и будем жить и работать в рамках писанных и неписанных правил, установленных многими годами. Все, что сейчас происходит с нами, называется «уточнением институциональных основ в процессе общественно-политической трансформации».

Иногда полезно читать умные книжки. Хотя бы для того, чтобы понимать – можно изменить общественный строй, но нельзя поменять на раз два национальную культурную среду, национальный характер. Русская журналистика, хорошо это или плохо, всегда была гуманистической по своей институциональной природе. Таковой и останется, в какие бы одежды на сегодняшнем рыночном маскараде ни рядилась. Может быть, даже помимо своей воли: так ей на роду написано».

Кризис недосамореализации

«Кризис любой личности, любого коллектива, от маленькой редакции до целой страны – это всегда кризис невостребованности. Кризис – это когда

человек знает, что способен на многое, а ему не дают этого делать. Мы все такие, мы живем в таком культурном контексте. Мы должны самореализоваться, в том числе и в профессии. Но еще более важно самореализоваться внутри собственного космоса. И когда существует дистанция между внутренней потенцией человека и запросами на нее извне, случается тот самый кризис. Поэтому любая коммуникация между руководителем и сотрудником должна предполагать возможность прийти человеку и сказать: „А я могу еще вот это, а я недоволен тем-то“».

Из досье

Иваницкий Валерий Львович родился в Северном Казахстане, в деревне Ясновка, недалеко от Петропавловска, в четырех часах езды от Омска. После школы уехал на Урал. Служил в Советской Армии. Вернулся после службы в Свердловск. До 28 лет жил там, окончил факультет журналистики Уральского университета. Работал в газете «Уральский рабочий», потом перешел в «Советскую Россию» и оттуда получил распределение собственным корреспондентом по Новосибирской области. Потом короткое время – в «Российской газете». В 1995 году вернулся в Москву. Работал в Совете Федерации. В 1998м начал работать в МГУ почтасовиком на факультете журналистики и трудился в Высшей школе приватизации и предпринимательства на кафедре антикризисного управления. В 2000 году получил предложение перейти в штат факультета журналистики МГУ, где работает по сей день доцентом кафедры теории и экономики СМИ. Защитил кандидатскую диссертацию на тему «Модель газетной редакции в условиях рынка: организационно-функциональный аспект» (2002) и докторскую диссертацию на тему «Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ» (2011).



Скупой платит дважды

Убрав всего одну строчку в федеральном бюджете, можно легко разорить СМИ и разорвать единое информационное поле России

Во время правления Екатерины Великой остро встал вопрос о повышении цены на соль, против чего возразил один из ближайших её советников. И хотя речь шла всего о копейках, он доказал матушке-царице, что «тогда все цены поползут вверх». В результате Сенат законодательно установил цену на соль в размере 30 копеек за пуд (вместо 50 копеек) и 10 копеек

за пуд в регионах массовой засолки рыбы. Более того: на соль как на один из жизненно важных в стране товаров было введено государственное регулирование цен. Но не о соли сегодня речь, хотя и о хлебе насущном, к которому давно уже относят информацию, в том числе информацию в печатных СМИ...

Пресса уже давно переживает кризис, связанный не только с наступлением эры Интернета и цифровых технологий, но и со скверной системой распространения газет и всё продолжающей

дорожать подпиской на них. Сейчас в профессиональной среде бьют тревогу по поводу того, что ФГУП «Почта России», по сути, вынуждают резко повысить подписные тарифы со второго полугодия 2014 года, что может вообще привести к краху института доставки прессы.

В прежние годы государство компенсировало почте убытки от оказания услуг по подписке, выделяя около 3 млрд. рублей. И если этого не будет, и если установят рыночные тарифы, то, констатируют эксперты, плата за доставку газет вырастет в два-три раза для европейской части России и в пять-восемь раз для Сибири и Дальнего Востока. Россия может «прославиться», став первой страной, где не будет государственной услуги доставки писем и газет.

Итак, о чём тревога?

Розничная и подписная цена газет возрастёт, их периодичность и совокупные объёмы уменьшатся, тиражи упадут, штаты неизбежно сократятся (уже то, что многие региональные издания отказались от штатных фотографов и художников, закрыли соборовскую сеть, привело к явному снижению качества контента). Следует сказать и о цепной реакции: пострадают не только журналисты, но и сотни тысяч работников типографий, целлюлозно-бумажных комбинатов, транспортных компаний и мн. др.

Главный редактор еженедельника «Аргументы и факты» Николай Зятьков посмотрел на проблему ещё глубже: «Возможность и доступность подписки на газеты принципиально важны для жителей малых городов и сельской местности, самых социально незащищённых, малоимущих слоёв населения – для тех, кто после повышения цены не сможет выписывать любимые издания. Для многих людей читать газету всей семьёй, обсуждать материалы и обмениваться мнениями стало приятной семейной традицией. Возникает высокая вероятность потери традиции – культуры чтения газет, которая складывалась десятилетиями. Это угроза не только для периодической печати – это в первую очередь угроза для государства, если оно не может защитить интересы и права своих граждан».

Если решат осуществлять субсидирование доставки периодической печатной продукции через Роспечать (а есть и такая идея), то добавятся сложности законодательного характера: необходимо будет создать надзорный орган для выбора дотируемых СМИ, для определения объёмов финансирования и для контроля всего этого процесса.

Для многих людей читать газету всей семьёй, обсуждать материалы и обмениваться мнениями стало приятной семейной традицией. Возникает высокая вероятность потери традиции – культуры чтения газет, которая складывалась десятилетиями

Многие считают, что от повышения цен не проиграны газеты краевых и областных администраций, которые в любом случае будут доставляться, а от госдотаций выиграны в основном федеральные издания. Есть опасение, что появится ещё одна возможность подпитки государственных изданий, которые сегодня и так не бедствуют, что будут нарушены правила честной конкуренции.

Не секрет: газеты в наших почтовых ящиках появляются один, в лучшем случае – два, раза в неделю. Причина этого – мизерная зарплата почтальона, которому, кажется, выгодно, чтобы подписки на газеты вообще не было.

То же – с киосками, которым также выгоднее торговать любым ширпотребом, нежели газетами, набор которых к тому же желает быть более качественным, то есть не ограничиваться глянцевыми и «жёлтыми» изданиями, но и предлагать общественно-политическую, научно-культурологическую и т.п. прессу (кстати, давно уже была высказана идея о необходимости создания сети киосков социальной прессы, которую и должно поддерживать государство, – коммерческие же издания, на то и коммерческие, чтобы решать эту проблему самим).

В общем, убрав всего одну строчку в федеральном бюджете, посвящённую субсидиям ФГУП «Почта России» на компенсацию убытков от оказания услуг по подписке, можно, оказывается, легко и быстро разорить бизнес муниципальных и независимых СМИ, что означает разрыв информационного поля, отказ в систематическом информировании части общества и т.д.

Хорошо бы некоторым современным государственным деятелям почаще вспоминать мудрые решения наших прежних правителей, в том числе и решение Екатерины Великой, снизившей как-то цену на соль...

Владимир ТУЛУПОВ

Источник: газета «Коммуна» № 40(26256),
22.03.2014г.



Удар по прессе и читателям

С 1 апреля будут резко повышены цены на подписку на периодические издания. Стоимость полугодового комплекта газеты «Коммуна» вырастет на 143 рубля.

Причина известна и уже неоднократно озвучивалась в прессе – Правительство РФ отменило субси-

дии в размере 3 млрд. рублей национальному оператору «Почта России». За счёт ежегодных субсидий предприятие удерживало подписные тарифы практически на уровне 2008 года. Теперь, чтобы покрыть убытки, почта повышает цены на периодику.

Проблема активно обсуждалась (и обсуждается) в профессиональном сообществе. Руководители крупнейших федеральных и региональных изданий обращались по этому вопросу к Президенту РФ, руководителю Администрации Президента РФ. Министр связи РФ провел совещание и попытался успокоить издателей тем, что цены поднимутся максимум на 25 процентов.

Какие 25 процентов?! Мы подсчитали, что рост затрат на доставку газеты, в частности, «Коммуны» – при имеющейся периодичности и объеме издания, составит 110 процентов. Естественно, цифра получается такая, что и озвучивать ее неловко.

Как быть в этой ситуации, как выйти на приемлемую для подписчиков цену?

Обратились за советом к некоторым из наших читателей, проконсультировались с руководителями районных почтамтов, обсудили ситуацию в редакционном коллективе. И приняли трудное для себя решение: отказаться от одного из номеров «Коммуны», то есть перейти с четырехразового на трехразовый выход, чтобы снизить подписную цену. Другого пути, увы, нет!

Просим наших постоянных читателей подойти к ситуации с пониманием: мы сделали все, что могли! Но даже с учетом потери одного номера сохранения на прежнем уровне каталожной (редакционной) цены в размере 105 рублей стоимость полугодового комплекта газеты «Коммуна» на второе полугодие 2014 года вырастет на 50 процентов – против обещанных 25 – и составит 548,04 рубля.

Журналисты «Коммуны» отдадут себе отчет в том, что повышение цен болезненно будет воспринято читателями. Понимаем, что если человека поставить перед выбором пакет молока, буханка хлеба или подписка на газету, – то очевидно, в пользу чего будет сделан выбор... Но информация в газете – это тоже хлеб, это тоже пища, и в данном случае мы ручаемся, если речь идет о «Коммуне», что это качественная духовная «пища». И если подсчитать, сколько из указанной выше стоимости подписки приходится на один экземпляр, то получится не такая уж и большая и пугающая цифра – семь рублей за номер.

Высокие тарифы на подписку – это общероссийская реальность, которую просто приходится принять как данность. Профессиональное газетное сообщество не отказывается от отстаивания своих прав, но... пока ситуация такова. Все понимают, что высокие цены на подписку неминуемо приведут к падению общих тиражей и доли подписчиков печатных изданий.

И если в Китае процент подписчиков на газеты и журналы в общих тиражах составляет 90 процентов, в Канаде – 88, в Финляндии – 86, в США – 85, то в России – менее 30. И это при наших-то территориях и расстояниях!

Во многих селах подписка – это единственная возможность быть в курсе происходящих событий в районе и области. Значит, будет еще большее

снижение тиражей, и газета из общедоступного социального товара постепенно превратится в доступный для более обеспеченного и узкого круга читателей.

Кому это все выгодно? Трудно сказать... Ведь «реакция» пойдет по цепочке и отразится на всех участниках процесса – на загрузке типографий, на рентабельности почты, на финансовой устойчивости издательских домов. Сейчас запускается «процесс», последствия которого трудно даже предсказать. Хотя, как свидетельствуют факты, прессу всячески и всемерно поддерживали даже в годы Великой Отечественной войны.

Заменят ли новостные ленты в Интернете, современные гаджеты бумажную газету? Нет, конечно. У газет, кроме социальной, просветительской, есть, как утверждают психологи, и более глубокая функция – чтение способствует укреплению и развитию умственных способностей, учит системно мыслить, анализировать, чего не дает созерцание ярких картинок на экранах компьютеров, айпадов и прочих современных гаджетов.

Не стоит себя обманывать и доступностью Интернета. По данным Министерства связи РФ, «проникновение широкополосного доступа в Интернет в РФ по итогам 2013 года составило 55 процентов». В 38 процентах населенных пунктов России численностью 500-10000 жителей отсутствует как проводной, так и беспроводной доступ в Интернет.

Такие аналитики отрасли, как председатель правления Ассоциации распространения печатной продукции Александр Оськин, не устают повторять: даже в высокоразвитых и компьютеризированных странах, таких как Япония, ежедневные бумажные издания продолжают оставаться для человека более комфортными, но самое главное – обладают большим доверием у потребителей, чем электронные СМИ.

Но вернемся к текущей подписке... К чему мы призываем наших читателей? В оставшиеся дни до конца марта подпишитесь на газету «Коммуна» по цене, которая действует в период досрочной подписки, – 405,06 рубля. Это реальная возможность сэкономить почти полторы сотни рублей. И несмотря ни на что – оставайтесь с нами!

Кстати, есть и приятная новость – почта обещает сохранить после начала основной подписки 20-процентные скидки для льготных категорий граждан.

Виктор РУДЕНКО
 Источник: газета «Коммуна» № 42(26258),
 27.03.2014г.



«Чем ниже уровень квалификации журналиста, тем больше он считает себя мессией»

Алексеи Волин в шоу «Действующие лица»

Ведущий радио новостей Андрей Норкин в рамках программы «Действующие лица» обсудил последние резонансные события в медиасфере с заместителем министра связи и массовых коммуникаций Алексеем Волиным и другими гостями эфира — совладельцем медиахолдинга «Дождь» Александром Винокуровым и журналистом Сергеем Пархоменко.

А.Н.: Замминистра связи массовых коммуникаций России Алексей Волин у нас сегодня в гостях. Я, честно говоря, думал, что мы будем отталкиваться от информационных поводов, но потом окончательно убедился в том, что мы будем сваливаться к таким общим темам, которые я для себя назвал «дискуссии о стыде и совести». Ваши заявления недавние, в частности, совсем свежее интервью Slon.ru по поводу журналистики, они как-то всех возбудили... Тем не менее, давайте мы начнем, конечно, с сегодняшней новости — со скандала вокруг телеканала «Дождь». Дело дошло до того, что сейчас всерьез уже обсуждается возможность закрытия этого канала. Вы сказали, насколько я понимаю, что вообще это дело операторов кабельных сетей — решать, показывать тот или иной кабельный канал или спутниковый или не показывать. Не могли бы вы свою точку зрения немного пояснить?

А.В.: Да, сегодня, когда проходила конференция с участием кабельщиков и операторов спутникового телевидения, с их стороны начали подниматься вопросы, которые касались телеканала «Дождь». Вопросы сводились к нескольким составляющим. Прежде всего, к тому, что периодически возникает ситуация, когда оператор размещает у себя в общем пакете канал, контент которого вызывает серьезное недовольство значительной части аудитории. Это сказывается на бизнесе оператора, потому что аудитория начинает перетекать в другие места. Или, соответственно, новая аудитория не заключает с ними контракт. Это проходила компания МТС, которая в ноябре прошлого года, как сказал представитель МТС, разорвала контракт с «Дождем» и прекратила его трансляцию в своих сетях. Этот вопрос сегодня поднимали представители ряда кабельных сетей. В этом отношении их интересовала позиция нас как регулятора. Наша позиция в этом отношении очень проста: есть десять обязательных общероссийских общедоступных каналов — это так называемые

«каналы первого мультиплекса». Эти каналы должны в обязательном порядке присутствовать во всех кабельных и спутниковых сетях. Все остальное есть не более чем результат договоренности участников рынка, результат договоренности кабельщиков, операторов спутникового телевидения и представителей телевизионных каналов. Как они договорятся, так оно и будет. И в этой ситуации у операторов кабельного телевидения есть полное право решать, какие каналы они включают в свои пакеты — тем более, что во многих пакетах «Дождь» стоит в базовом пакете, за него отдельно не платят — и на каких условиях они их собираются включать. У них есть полное право говорить: «Нам это не сильно интересно, аудиторию это не привлекает, и, наоборот, отталкивает, и тогда мы включать не будем».

А.Н.: Как вы тогда прокомментируете сегодняшнее заявление Руслана Гаттарова — это глава комиссии Совета федерации по информационной политике. Вот он тоже говорит, что множество жалоб поступило на эту историю, но он подчеркивает, что суд должен решать этот вопрос, потому что тут надо понять, нарушил ли канал «Дождь» действующее российское законодательство. Вот как все-таки тогда быть?

А.В.: Нет, смотрите, есть несколько вещей, они разные. Есть вопросы, которые касаются законодательства применительно к СМИ, и это дело суда — решать, нарушил канал «Дождь» имеющееся законодательство в отношении СМИ или не нарушил. Это не имеет отношения к бизнесу телеканала «Дождь» с операторами кабельного и спутникового телевидения. И есть абсолютные бизнес-вопросы, которые касаются взаимоотношений отдельных участников рынка, хозяйствующих субъектов. Это вопрос, не находящийся в компетенции никакого суда. Вне зависимости от того, нарушил ли канал или что-то не нарушил, у операторов кабельного телевидения есть право заключать с ним договор или не заключать. То же самое, как если бы, чтобы было понятно, вы — магазин, вы решаете, какая зубная паста будет у вас продаваться. Если в отношении какой-то зубной пасты пошли негативные мнения со стороны покупателей, вы можете сказать: «У меня на этой полке вместо зубной пасты «А» будет лежать зубная паста «Б». Это абсолютно ваше право. Это взаимоотношения с производителями и поставщиками зубной пасты. То же самое и в кабельных сетях.

А.Н.: Если я правильно вас понимаю, вот господин Припачкин, глава Ассоциации кабельного телевидения, который предложил сегодня канал закрыть, он вправе выключить «Дождь» из своего пакета, но закрыть он его не может, правильно?

А.В.: Он не может. Ни один кабельщик и ни один спутниковый оператор не может закрыть канал «Дождь». У нас большое количество операторов спутниковых и кабельных сетей. И каждый из этих операторов индивидуально решает свои отношения с телеканалом «Дождь», равно как и с любым другим каналом, за исключением тех десяти, которые входят в пакет обязательных общероссийских общедоступных каналов.

А.Н.: Вчера уже после того, как канал извинился за этот свой опрос – «Нужно ли было сдавать Ленинград, чтобы сберечь сотни тысяч жителей?» — это цитата была, что, собственно, и послужило толчком к скандалу, главный редактор «Дождя» Михаил Зыгарь сказал, что против телеканала «Дождь» развернута кампания политической травли. Как бы вы прокомментировали это заявление?

А.В.: Честно говоря, я особой кампании политической травли не вижу, потому что, когда разворачивается кампания политической травли, знаете, канал обычно закрывают.

А.Н.: Нет, вы же сейчас нам объяснили, что нет никаких законных инструментов...

А.В.: Послушайте, вот вы работаете в холдинге «Коммерсантъ». Я хотел бы вам напомнить, что в свое время, когда у газеты «Коммерсантъ» возникли проблемы с Юрием Михайловичем Лужковым, тогда в городе Москва была развернута определенная политическая травля газеты «Коммерсантъ». Она выразилась в том, что пришла санэпидемстанция и закрыла все. Помните эту историю?

А.Н.: Я тогда в холдинге «Коммерсантъ» не работал, но, поскольку давно в журналистике, я помню эту историю.

А.В.: Вот поэтому. Мы же это все прекрасно понимаем. Что касается той ситуации, которая случилась сейчас, в ней реально нет никакого политического заказа. То, что произошло на «Дожде», находится за пределами и профессионализма, и уважения к общественному мнению.

А.Н.: А что произошло на «Дожде»? Как вы это сами для себя объясняете?

А.В.: Сам для себя вот никакого другого ощущения, кроме обезьяны с гранатой, у меня, когда это случилось, не возникло. Запускать опрос в день снятия блокады, где содержится вопрос, не следовало ли спасти жизнь путем сдачи города — это идиотизм во всех отношениях, начиная с идиотизма с точки зрения истории. Все прекрасно понимают, что в случае сдачи города никто бы из немецко-фашистских войск Ленинград не кормил бы, не поил бы и не согревал бы. И все, что происходило в занятых пригородах Ленинграда — всем было так же достаточно хорошо известно.

А.Н.: Те, кто стараются поддерживать «Дождь» в этой ситуации, говорят, что все равно нужно это обсуждать. Например, вчера у меня в эфире был Александр Подрабинек, который сказал, что «вопрос не может оскорбить, может оскорбить ответ, но не вопрос».

А.В.: Смотря как вы формулируете вопрос. Если был сформулирован вопрос, хотя бы предусматривающий там какие-то варианты... Еще раз говорю: сам по себе вопрос был идиотичен, вопрос оскорблял своим идиотизмом, непрофессионализмом.

А.Н.: За это, вот скажите мне, пожалуйста, с вашей точки зрения, — вы человек, который тоже долго работал именно как журналист, — канал «Дождь» должен нести какую-то ответственность? Не весь канал, я не знаю, какие-то отдельные его представители?

А.В.: Я могу сказать, что бы я сделал, если бы руководителем канала: у меня бы вся смена в тот же вечер была бы уволена.

А.Н.: Так, как на «Вестях» сегодня произошло?

А.В.: Да.

А.Н.: Я просто напомню, что появилась в аккаунте «Вестей» в Facebook в рубрике «Высказывания великих» цитата из Геббельса, он о Ленине говорил. Потом стало известно, что уволена в полном составе вся SMM-редакция дирекции интернет-сайтов. Вы считаете, как-то так нужно было поступать?

А.В.: Я бы сделал именно так.

А.Н.: Вы в своем выступлении в МГУ в прошлом году, которое нашумело прямо очень-очень-очень, говорили о том, что журналист обязан работать с учетом интересов своего акционера — не важно, государство это, частный какой-то предприниматель, не суть. Вот в данном случае, насколько люди, которые действительно руководят, финансируют подобные СМИ, должны следить за тем, как у них журналисты что пишут, что говорят?

А.В.: Смотрите, мы же исходим из того, я, по крайней мере, что средства массовой информации — это бизнес. Бизнес, который должен приносить прибыль. В этой ситуации у нас есть многоуровневая система, которая предусматривает наличие владельца, или акционера, и менеджмента. В чем заключается задача акционера? Акционер ставит перед своим СМИ определенную задачу. Если это задача — получение прибыли, то он смотрит, каким образом те или иные вещи сказываются на рекламном бюджете, на подписке, в зависимости от того, какая модель. Он спрашивает со своего главного редактора, приносит ли редакционная политика дополнительную прибыль или, наоборот, редакционная политика в состоянии принести убытки. Это если задача состоит в том, чтобы заработать деньги. Если задача состоит в чем-то другом, как мы знаем, в 90-е годы ряд

наших олигархов создавали средства массовой информации не для того, чтобы заработать на средствах массовой информации.

А.Н.: Как средство влияния.

А.В.: Да, для того чтобы оказать влияние и поддержать другие бизнесы. Это тоже модель. Но и здесь акционер тоже ставит четкие задачи перед своим менеджментом.

А.Н.: Давайте мы сейчас послушаем Александра Винокурова — у нас в эфире совладелец медиахолдинга «Дождь». Александр Иванович, я знаю, что вы идете с господином Припачкиным сейчас на РБК-ТВ сражаться, поэтому долго вас задерживать не буду. Вы как совладелец «Дождя» какую задачу ставите перед журналистами?

А.Вин.: Я ставлю задачу, чтобы у нас была большая и качественная аудитория. Вот такую задачу мы ставим перед редакцией. Чтобы были хорошие цифры, чтобы TNS показывал хорошие цифры... И главный редактор сейчас справляется с этой задачей довольно хорошо. Не довольно хорошо, а блестяще.

А.Н.: Скажите, пожалуйста, как вы прокомментируете последние события вокруг канала «Дождь»? Вы согласны с тем, что против «Дождя» идет кампания политической травли, как Михаил Зыгарь вчера заявил?

А.Вин.: До сегодняшнего утра я сомневался и критиковал, скажем, своих коллег за подобные высказывания. Но то, что происходит сегодня — заявление Припачкина, конечно, уже меня привело в недоумение и удивление.

А.Н.: Почему заявление Припачкина вы расцениваете как именно кампанию политической травли?

А.Вин.: Знаете, если бы кто-то, если бы Припачкин или кто-то заявил: давайте сейчас отключим вещание радиостанции «Коммерсантъ FM»...

А.Н.: Что же вы все время примеры про «Коммерсантъ FM»? Волин мне «Коммерсантъ» приводит в пример, вы...

А.Вин.: Наш разговор моментально прекратился, понимаете, и бизнес прекратился.

А.Н.: Нет, смотрите, Алексей Константинович сейчас сказал: когда политическая травля, приходит санэпидемстанция и все выключает. Вот это политическая травля.

А.Вин.: Хорошо. Но просто у нас конкретно с Припачкиным и с его компанией «Акадо» — он является совладельцем компании «Акадо» — был опыт, когда мы открывали только телеканал «Дождь». У нас был заключен договор с этой компанией «Акадо», они вещали нас несколько дней. А потом по звонку из администрации президента и без предупреждения они нас выключили из эфира. Видимо, у Юрия Припачкина есть такой опыт, он хочет его повторить. Видимо, он снова получил звонок из администрации президента.

Вот что я называю политическим давлением. И тот бред, который они сегодня рассказывали на этой выставке, тоже удивляет. У нас есть данные, технические данные из «Акадо» о том, сколько человек смотрит, какое место занимает телеканал «Дождь» в общей доле «Акадо». И не звонками это обычно меряется, Алексей абсолютно прав, а именно объемом бизнеса. Так вот телеканал «Дождь» в «Акадо» занимает четвертое место среди всех каналов. Это я говорю о том, какие зрители звонят и о чем зрители просят. Зрители просто смотрят наш канал. И это круто.

А.Н.: Безусловно, когда смотрят, это круто. Но скажите, пожалуйста, правильно ли я понимаю из того, что вы говорите, что вы не считаете, что этот опрос мог кого-то оскорбить?

А.Вин.: Вы знаете, я на телеканале отвечаю за другое. Абсолютно правильно был задан вопрос: какую я ставлю задачу. Я ставлю задачу по аудитории. Соответственно, есть редакторы, которые принимают решение в рамках своей компетенции. Редактор сайта Илья Клишин принял правильное, наверное, решение, он принял решение в рамках своей компетенции. Он удалил опрос, он удалил твит и он извинился. Он сделал то, что, собственно, почему мы доверяем ему, почему назначили на должность шеф-редактора. Он сделал свою работу. И они не нарушили ни одного пункта ни одного закона.

А.Н.: Сейчас я хочу Алексею Волину задать вопрос. Достаточно того, что действительно признается ошибка тем или иным СМИ, убирается этот материал спорный? Может быть, действительно конфликт исчерпан и не стоит копыя ломать?

А.В.: Смотрите, здесь же все еще зависит от восприятия общественного мнения о том, что происходит. Разные ситуации требуют разной реакции. Я сказал, как я поступил бы на месте менеджмента: я пошел бы более радикальным путем, я пошел бы с увольнениями.

А.Вин.: За что, Алексей, за что надо увольнять человека? По какой статье?

А.В.: За идиотизм.

А.Вин.: В каком законе у нас такой идиотизм, Алексей?

А.В.: Ни в каком. Как владелец я могу уволить кого угодно.

А.Вин.: Знаете, тогда можно применить тут закон к Министерству печати, такой же закон нужно применять, увольняйте там за идиотизм.

А.В.: Пожалуйста. Если меня вызовет мой начальник и скажет: «Пошел вон», я развернусь и скажу: «Слушаюсь, товарищ начальник, до свидания».

А.Вин.: Неправда. Алексей, прочитайте лучше Трудовой кодекс. Зачем вы такое говорите?

А.В.: Я не собираюсь читать Трудовой кодекс.

А.Вин.: Почему? Это наши законы, это наша Госдума принимает законы, чтобы мы по ним жили.

А.В.: Мы можем жить по этому закону. Еще раз: ни один владелец не может быть ограничен в своем желании уволить человека за идиотизм.

А.Вин.: Наш шеф-редактор сделал то, что он должен был сделать, и сделал это хорошо. Увольнять шеф-редактора мы не будем.

А.В.: Если после решения вашего шеф-редактора колбасит несколько миллионов человек...

А.Вин.: Послушайте, Алексей, вы про ВГТРК слышали эту историю вчерашнюю?

А.Н.: Так их уволили.

А.В.: Их уволили.

А.Вин.: И закроют их теперь, что ли? Или выключат их из «Акадо»?

А.В.: Нет.

А.Вин.: Почему нет?

А.В.: Потому что, если бы Добродеев стал бы говорить: «Против меня развернута травля, если бы он говорил: «Да, ребята ошиблись»...

А.Вин.: Алексей, против нас не развернута травля. Какой-то парень просто хочет выключить нас и угробить наш бизнес. Это не травля. Он почему-то хочет это сделать. Почему, Алексей?

А.В.: Я не знаю.

А.Вин.: А вы предлагаете уволить. Вот вы дайте мне совет как умный старший товарищ. Надо уволить несколько человек? Вы мне это советуете, да?

А.В.: Уже поздно, надо было увольнять сразу же.

А.Вин.: А когда, подождите, надо увольнять? Сразу или через пять дней? Какие-то сроки есть увольнения идиотов? Как вы советуете сделать?

А.В.: Слушайте, еще раз: я привел пример, и я считаю, что он самый правильный — это обезьяна с гранатой.

А.Вин.: Хорошо, Алексей. Давайте я уволюсь — это устроит? Вы сможете сделать так, чтобы все прекратилось? Я уволюсь. Этого достаточно?

А.В.: Это вопрос уже, извините меня, ваших взаимоотношений с вашими партнерами и рекламодателями.

А.Вин.: Нет, это вопрос вашего отношения к этому. Вы посоветовали уволить идиота. Вот, да-вайте, я — идиот, я плохо управлял, давайте я уволюсь. Это нормально, достаточно?

А.В.: Владельцев не увольняют

А.Вин.: Как так?

А.В.: Так.

А.Вин.: Почему?

А.Н.: Кто может уволить владельца?

А.В.: Кто может уволить владельца? Трудовой коллектив?

А.Вин.: Просто скажу: «Все, я больше не владелец». Подарю вам, например, Алексей. Или этому Припачкину.

А.В.: С Припачкиным поговорите, может, он не откажется. Мне не надо, там тяжелое обременение.

А.Вин.: Где их нет, обременений? Вы же знаете, что бизнес иногда связан с тем, что

иногда надо занимать в долг и так далее. Вы же работали в бизнесе. И тоже с обременениями вроде бизнес был.

А.Н.: Александр Иванович, спасибо вам большое, не буду вас задерживать, удачного вам разговора с господином Припачкиным.

А.Н.: На самом деле, мы все время теперь и будем возвращаться к этой истории. Вы в интервью Slon.ru сказали, что вас не удовлетворяет профессиональный уровень журналистов. Когда Наташа Ростова спросила, как вы видите, чем поднимать, вы сказали, что очень хорошо росту профессионализма способствует увеличению количества безработных журналистов, которых надо гнать метлой. Тогда те, кто остается, начинают ценить свое место.

А.В.: Да, это не только в журналистике, но и в общем, это описано практически всеми экономистами.

А.Н.: В последнее время практически любой медийный скандал уходит очень быстро в обсуждение именно в этой политической плоскости. История с «Росбалтом», с предупреждением Роскомнадзора, история «Ура.ру», сейчас история «Дождя» — так или иначе, все говорят о политической подоплеке. Почему, на ваш взгляд, это происходит?

А.В.: Потому что политическая подоплека — это то, что очень выгодно использовать в качестве щита. Ведь это позволяет практически списать любые ошибки. Непрофессионально работающая команда что-то сделала? Нет, это не люди непрофессиональные, это политическая подоплека. Денег где-то не собрали? Это политическая подоплека, потому что рекламодатели не идут. И так далее, и тому подобное. Можно продолжать до бесконечности. Можно списывать на погодные условия в сельском хозяйстве. В медиабизнесе очень хорошо списывается на политическую подоплеку. Универсальное объяснение.

А.Н.: Честно говоря, я не очень понимаю, почему вы именно сейчас начали многих коллег так раздражать до белого каления. «Ни стыда, ни совести» — это про вас было сказано. Но, что интересно, те, кто защищает вашу позицию, говорят, что это у самих журналистов ни стыда, ни совести. Насколько я помню, вы еще лет десять назад начали как-то выступать именно в таком плане, что журналистика — это не какой-то способ спасения человечества, это вид бизнеса, это вид, может быть, даже шоу-бизнеса. Почему именно отправной точкой послужило ваше выступление в МГУ? Хотя многие вас и поддержали, например, тот же Николай Сванидзе. Он говорил, да, что это достаточно циничный подход. Александр Лубимов тоже говорил, что Волин прав.

А.В.: Очень многие главные редакторы говорили.

А.Н.: Главные редакторы...

А.В.: Смотрите, почему именно сейчас? Не знаю, может быть, в силу того, что если для нас, предположим, еще десять лет назад для очень многих, кто работал в журналистике, это реально был бизнес, все это и воспринимали как бизнес... Тогда же я говорил, кстати, не только то, что журналистика это вид бизнеса. Я всегда исходил и продолжаю исходить из следующего постулата: только экономически успешные СМИ, успешные как бизнес, могут быть по-настоящему независимы.

А.Н.: Что значит «будут независимы»? Оно же все равно будет зависимо от...

А.В.: Если у вас есть большая аудитория, то вы в большей степени зависите или от подписки, или от рекламы. В этой ситуации вы четко понимаете, что вы работаете именно на читателя. Если у вас нет нормальной экономики в издании, вы зависите от дотаций.

А.Н.: Вы хотите сказать, что история с «Медиамостом» — у НТВ была большая аудитория — так или иначе, произошла потому, что была неправильная финансовая политика Гусинского, кредитные вот все эти вещи?

А.В.: Потому что долги надо было отдавать. Это, собственно говоря, то, что я недавно напоминал руководству Общественного телевидения...

А.Н.: К Общественному телевидению мы вернемся, если успеем.

А.В.: ... когда там высказывалась идея о том, что можно взять долг и не возвращать. Долги надо возвращать, потому что долги для этого и берутся. Милостыню можно не возвращать.

А.Н.: Ведь Общественное телевидение России, насколько я понимаю, создавалось как некий государственно значимый проект. Почему тогда не помочь этому государственно значимому проекту?

А.В.: Вы считаете, что 1,5 млрд руб. — это мало на помощь государственно значимому проекту?

А.Н.: Я не знаю, сколько нужно выделять денег.

А.В.: Рассказываю. Телевидение «Комсомольская правда» существует за 300 млн. За €50 млн, что сопоставимо с 1,5 млрд руб., чуть побольше, существует такой канал, как Euronews, выходящий на десяти языках. Поэтому мы исходили из того, что должно быть участие государства, которое создает некую базовую вещь в виде финансов, позволяющую Общественному телевидению России начать жить. И может в этом деле принять участие общество в виде частных лиц, пожертвований, бизнеса, социальной рекламы, регионов, которые могут добавить остальное. В настоящий момент пропорции на Общественном российском телевидении следующие: государство дало 3 млрд руб. за два года, два годовых бюджета, общество собрало 2 млн 200 тыс. руб., из которых больше половины приходится на шесть физических лиц, которых мы знаем поименно. Я могу перечислить: 200 тыс. руб. перечислил министр Никифоров, 100 тыс. руб. перечислил Михаил Владимович Сеславинский, 1 тыс.

руб. — Михаил Федотов...

А.Н.: Тогда скажите мне, пожалуйста, в чем все-таки заключается государственная политика в области СМИ, за которую вам не стыдно, как вы говорили Slon.ru, чтобы понимать?

А.В.: Государственная политика в области СМИ заключается в целом ряде вещей. Во-первых, государственная политика в области СМИ заключается в преодолении информационного неравенства регионов.

А.Н.: Общественное телевидение как раз и призвано было, насколько я помню, в этом направлении работать.

А.В.: Прежде всего мы говорим о том, чтобы у всех жителей Российской Федерации была возможность разнообразить свои источники информации об окружающем их мире. Именно для этого мы делаем две вещи. Первая — мы проводим строительство сети цифрового телевидения, которое позволит населению, где бы оно ни находилось, принимать как минимум 20 телевизионных каналов, а не три-четыре, а иногда и два, как сейчас в отдаленных районах.

А.Н.: «Первый» и «Россия».

А.В.: У нас есть информационное неравенство, связанное с тем, что в городах люди принимают свыше ста каналов, а во многих деревнях они принимают в лучшем случае три, и то в плохом качестве. Здесь, по крайней мере, все гарантированно будут принимать 20. Второе направление, чтобы преодолеть это информационное неравенство — строительство и развитие интернета, прокладка оптоволоконных сетей в населенные пункты с населением свыше тысячи человек, что позволит людям принимать не только телевидение, но и интернет, а это принесет возможность и кабельного телевидения — уже сто и более каналов.

А.Н.: Читатель ждет уж рифму «розы», как вы, наверно, догадываетесь. Шум-то ведь не по этому поводу, не по поводу перехода на «цифру», а по поводу пропагандистской «накачки», по поводу управлением государством редакционной политикой СМИ — это всех возбуждает, тех, кого возбуждает.

А.В.: Подождите, вы спрашиваете, в чем заключается государственная политика. Я рассказываю.

А.Н.: Вы рассказываете про «железо» сейчас.

А.В.: Государственная политика заключается в том, чтобы у людей было больше источников информации.

А.Н.: И все?

А.В.: Если даже люди считают, что здесь, здесь и здесь происходит информационная «накачка»... Слушайте, вот вы обвиняете нас в информационной «накачке». Мы хотим, чтобы у людей было свыше ста каналов. Вы не можете «накачать» сто каналов. Мы прокладываем интернет, чтобы у людей была возможность смотреть все, что угодно. Мы не можем сделать информационную государственную

«накачку» во все интернет-ресурсы. Все наши материальные действия — базисные, если оперировать марксизмом. Мы создаем базис, который, в принципе, делает невозможным информационную идеологическую «накачку».

А.Н.: В чем задача журналиста, журналистики сейчас, на данном этапе нашей страны? Или она всегда единая, так сказать?

А.В.: Нет, задача журналистики заключается в каждом средстве информации в своем. В журнале про моду задача журналистики заключается в том, чтобы рассказывать про моду, собирать заказы рекламные от производителей нижнего белья, косметики, чего-то еще, плюс получать деньги от подписки. Если мы говорим про экономическое издание, задача журналистики заключается в том, чтобы интересно рассказывать про экономику. Про политическое — интересно рассказывать про политику. Если мы говорим про журнал про кошек и собак, соответственно, его задача заключается в том, чтобы рассказывать про кошек и собак, рекламировать собачий корм и разного рода аксессуары для домашних питомцев.

А.Н.: Но у нас-то, я так понимаю, по вашему мнению, не так обстоит дело? Иначе вы бы не говорили, что журналисты не должны быть мессиями? Значит, журналисты себя считают мессиями?

А.В.: Не все, слава богу. В принципе, как показывает практика, чем ниже уровень квалификации журналиста, тем больше он считает себя мессией. Все высокопрофессиональные журналисты, которых я знал, никогда не считали себя мессиями, зато были блестящими специалистами в той области, про которую писали.

А.Н.: Говорят, что нельзя так объяснять задачи журналистики студентам, что вы, в общем, крылья им подрезаете, потому что они молодые люди, у них юношеский максимализм, идеализм и так далее.

А.В.: Можно направить юношеский максимализм на то, чтобы стать хорошими профессионалами в своем деле — очень хорошее направление движения.

А.Н.: Что значит «хороший профессионал»?

А.В.: Хороший профессионал — это человек, который умеет, во-первых, быстро разобраться в той теме, про которую он пишет или про которую он собирается снимать, умеет доходчиво донести ее до слушателя или до читателя, сделать это интересным. Уже не говоря о том, что он умеет проверить те факты, которые перед ним есть. То, что касается отдела проверок или умения журналиста проверять полученную информацию, уже находится далеко за рамками любой, даже средней компетенции.

А.Н.: Кто, где, на каком этапе этому должны учить журналистов? Это должен быть вуз? Или это уже непосредственно СМИ, где они работают?

А.В.: Азам его нужно научить в вузе.

А.Н.: Засурский всегда говорил, что вы никогда не научитесь быть журналистом на факультете, вы должны работать, только там вы научитесь по-настоящему.

А.В.: На факультете можно научить человека тому, что не надо высказывать свое личное мнение вместо того, чтобы собрать факты и показать их. Потому что есть колумнисты, а есть репортеры.

А.Н.: А он — юный колумнист.

А.В.: Извините, пожалуйста, мне как читателю неинтересно мнение юного колумниста. Вот то, что думает Норкин, мне интересно.

А.Н.: Так, подождите, пожалуйста. Посмотрите любой западный телеканал и наши. У нас молодые лица всегда в кадре. У французов, у американцев никого не найдете моложе лет 35.

А.В.: Да.

А.Н.: Почему же у нас такой детский сад, как правило?

А.В.: Потому что у нас очень многие, которые достигают 30, может быть, 35-40, точно считают, что кончилось время ходить с микрофоном или с блокнотом, они хотят идти в пиар-службы крупных корпораций.

А.Н.: В начальники. Кстати говоря, хорошо, что вы сказали про пиар. Я, когда готовился, смотрел... Те, кто вас критикует, говорят, что Волин — пиарщик на самом деле, он не имеет права выносить какие-то такие вердикты по поводу журналистов, журналистской деятельности и так далее.

А.В.: Я в этом отношении многостаночник. Я работал и пиарщиком, и издателем, и на телевидении, и в информационном агентстве. Так что много чего умею ручками.

А.Н.: У нас Сергей Пархоменко в прямом эфире. Сергей Борисович, у нас сейчас как раз идет разговор о задачах журналистики, о госполитике. Я думаю, что вы, даже если не слышали сейчас эфир, знаете, что Алексей Константинович думает по этому поводу.

С.П.: О, да.

А.Н.: А что вы думаете по этому поводу? Мы вас слушаем внимательно.

С.П.: Мы с Алексеем Константиновичем знакомы много лет, в самых разных обстоятельствах имели, так сказать, друг с другом дело и видали друг друга, что называется, в разных жизненных ситуациях. Я должен сказать, что я был немного удивлен позицией Алексея Константиновича, потому что я в ней вижу такую чиновничью браваду. Мне кажется, что он как-то, что называется, «с оттяжкой» обходится с той самой отраслью, которой в его нынешней позиции он должен стремиться как-нибудь помочь.

А.Н.: А в чем это выражается?

С.П.: А он, в общем, злорадствует. Он демонстрирует свое глубокое презрение к тому, в каком состоянии эта отрасль сегодня находится. Мне это не нравится.

А.Н.: В чем выражается «оттяжка», Сергей Борисович?

С.П.: Мы же все профессионалы, она выражается в интонации, она выражается в наборе слов, она выражается в том, как построена его речь. Мы все хорошо умеем выражать свои мысли. Алексей Константинович тоже прекрасно умеет отразить свою позицию, свое отношение. Ему это удалось. Ему это презрение и эта надменность чиновника над «людьми» удалась. Его последнее заявление...

А.Н.: Это субъективные вещи, о которых ты говоришь.

С.П.: Да, несомненно.

А.Н.: Ощущенческие. А разве этого достаточно для того, чтобы предъявлять какую-то претензию человеку, который как чиновник сейчас выступает?

С.П.: Да, я согласен, что говорю совершенно объективные вещи. Я хотел бы сказать следующее, если серьезно: я тоже в некотором роде отошел в сторону от журналистской профессии, мне от нее остался один час в неделю на радио, где я ее веду. А все остальное — это немного другая работа, это такая data-журналистика, которой я занимаюсь в последнее время. Хотя, между прочим, тоже журналистика — то, что связано с интернетом и с рядом других проблем, которыми я стараюсь интересоваться. Так вот мне кажется, что, к сожалению, сегодня российская информационная сфера снова превратилась в такую сферу, в которой есть «начальство». Вот некоторое время его не было, а теперь оно опять есть. И есть целый ряд людей, которые считают себя «начальством». И неспроста. Они, в общем, правы. Кстати, это не Алексей Константинович, потому что просто относительно недавно на этой позиции, я здесь не могу всех собак на него повесить. Но здесь целая группа людей, которая работала много лет над тем, чтобы в нашей информационной сфере по существу государство осталось бы, по возможности, единственным средством существования. Они осознанно ставили нашу информационную индустрию в положение, в которой она жить сама фактически не может. Они разрушали рекламный рынок, они разрушали рынок сбыта, они полностью разрушили подписку. И они это сделали осознанно.

А.Н.: У нас дурацкий получается разговор. Ты сам только что сказал, что ты не можешь Волину эти претензии как бы полностью предъявлять. А зачем тогда мы это сейчас обсуждаем?

С.П.: Волину — нет, несомненно. Но я бы сказал, что в том, что говорит сегодня Волин, я вижу скорее удовлетворение — это уже касается не интонации, а содержания того, что он говорит. Я вижу удовлетворение этой ситуацией.

А.Н.: Мне кажется, он говорит, что совершенно его ничего не удовлетворяет в том, что происходит. Алексей Константинович, скажите сами. Что я за вас говорю?

А.В.: Поехали тогда. Давайте судить по делам, да. Про рынок сбыта: на самом деле, да, ужасающая ситуация, которая связана с радикальным сокращением киосков, где продается печатная пресса. Тем не менее, государство в лице нашего же министерства принимает рекомендации, которые рассылает по всем регионам, о минимальных стандартах, которым должно соответствовать проникновение киосков прессы, где продаются газеты и журналы. Вряде регионов начинает меняться к лучшему: губернаторы даже звонят, рассказывают: «Мы взяли к исполнению, делаем, ситуация начала меняться».

По разрушению подписки: государство ежегодно выделяет в конечном итоге 6 млрд руб. на дотации на подписку; 3 млрд — это прямые дотации почты, и еще 3 млрд — это то, что докладывает почта, сохраняя неизменными тарифы на подписку. Другое дело, они сейчас загнали себя в экономический тупик, потому что почта материально больше не может дотировать эти дополнительные 3 млрд. Мы посчитали: то, что почта выделяет сейчас на дотации печатным СМИ, этих денег хватило бы на то, чтобы на 30% увеличить зарплату сельским почтальонам.

По тому, что источником благоденствия СМИ делаем государство: послушайте, я на протяжении всего времени о чем говорю? Зарабатывайте деньги и будьте независимыми в этом отношении, в том числе и от государства.

А.Н.: Сергей говорит, наверное, о другом?

С.П.: Я говорю о том, что говорить можно все, что угодно. Да, зарабатывайте, Но зарабатывать пресса сегодня, если говорить, например, о бумажной прессе, по существу не может, потому что она последовательно лишается этих возможностей заработка. Я ничего не могу сказать про дотации почте. Но я только могу сказать как многолетний главный редактор разных изданий: у меня на протяжении многих лет нет аргумента, с которым я могу обратиться к своему потенциальному подписчику, потому что подписка — это не быстрее, не дешевле и не надежнее. И я полностью лишен инструмента для того, чтобы каким-то образом на это повлиять, например, потому, что почта остается полнейшей монополией в России. У меня нет никакой альтернативной возможности...

А.В.: Сергей Борисович, это неправда. Почта в крупных городах...

С.П.: Это правда, если иметь в виду страну, а не Бульварное кольцо, где я могу нанять курьерскую фирму. За пределами Бульварного кольца никакой альтернативы «Почте России» нет, она остается монополией.

А.В.: Сергей Борисович, 500 тыс. плюс. Вот давай все-таки говорить, 500 тыс. плюс у нас рентабельно нанятие курьерских фирм.

А.Н.: Нет, господа, подождите, пожалуйста. Можно, я вмешаюсь в разговор чиновника с журналистом?

А.В.: Я сам издатель бывший, у меня те же самые проблемы были.

А.Н.: Про почту, про эти вот вопросы давайте потом. Мы все-таки собрались сегодня по другому поводу...

С.П.: Почему же, Андрей? Мне кажется, что это база индустрии, что действительно в этой конкретной точке мы совершенно сходимся с Алексеем Константиновичем. Мы считаем, что пресса должна зарабатывать для себя. Но так для этого же она не должна иметь в лице государства врага для этого заработка.

А.Н.: Сейчас к «врагу» вернемся...

С.П.: Государство заинтересовано сегодня в прямо противоположном.

А.Н.: В чем я абсолютно согласен с господином Волиным — в том, что у нас, мягко говоря, уровень журналистики сейчас неудовлетворительный. Я давно уже ловлю себя на мысли, когда смотрю Facebook, что лучшие перья страны заняты сейчас все в жанре, который называется «медиастрасч». Ты уж извини меня, пожалуйста, мне бы не хотелось, чтобы этот медиастрасч у нас был сейчас в эфире. Мы начали сегодня говорить с истории вокруг канала «Дождь». Был у нас Александр Винокуров в эфире, который тоже высказывал свои претензии, связанные с его ощущениями в этой истории. Он говорит о том, что есть налицо факт политической травли, которая, конечно же, так или иначе, по мнению Александра Винокурова, организована государством. Мне вот это сейчас интересно узнать, потому что я Алексея Волина пригласил для того, чтобы он рассказал мне о госполитике в отношении СМИ. Он говорит, что нет никакой задачи, никто не влезает в редакционную политику никаких СМИ, и вопрос один — зарабатывайте...

С.П.: Я бы чуть-чуть модифицировал слова Винокурова. Я бы сказал следующим образом, что травля налицо, эта травля реализуется, осуществляется средствами массовой информации и близкими к ним структурами — если иметь в виду то, что мы по-прежнему называем «нашистами», хотя формально «Наших» больше не существует, они теперь называются по-другому — структурами, которые находятся на иждивении государства и поощряются им. Это те самые информационные структуры, которые живут благоволением государства, которые выбрали себе этот путь, эту пищу. Они питаются государством. Сегодня в их исполнении, начиная с известного обозревателя «Комсомольской правды», имени которой я здесь не назову, и кончая большим количеством ее последователей и эпигонов, мы наблюдаем реальную, настоящую травлю телеканала «Дождь». Телеканала, который реально работает, — я знаю работу его изнутри — телеканала, который ведет тяжелый образ жизни. Знаете, это как «Эхо Москвы», на котором, что называется, нет ни одного целого стула во всей редакции на протяжении всех десяти

лет, что я веду там передачу. Вот та же абсолютно ситуация с «Дождем». Это бедное телевидение, которое с трудом выживает.

А.Н.: По поводу отсутствия стульев это надо Федутинова спрашивать. Когда я работал на «Эхо Москвы», причем бесплатно я работал, всегда нам говорили, что «Эхо Москвы» работает в прибыль.

А.В.: Но стульев нет.

С.П.: Да, оно работает в копеечную прибыль, которую отдает «Газпром-медиа» для того, чтобы «Газпром-медиа» меньше лез. В ту секунду, когда «Эхо Москвы» вывалится в минус, «Газпром» в полном составе будет сидеть на редакционной «летучке» и объяснять, что ставить в эфир, а что нет. Вот и все. Поэтому «Эхо Москвы» без единого целого стула пытается каким-то образом как-то сохранить ощущение прибыльной радиостанции. Она прибыльна на три рубля — это правда.

А.В.: А многие другие радиостанции имеют уровень прибыли куда выше.

С.П.: Да, несомненно. Откуда они берут эту прибыль, информационные радиостанции?

А.В.: С рекламы.

С.П.: Правда же, они берут ее с рекламы, а не с того, что государство их любит взапас, тех, у кого есть эта прибыль. Мы все-таки внутри этой индустрии, хотя бы потому, что знаем там людей. Но мы прекрасно понимаем, что есть две возможности — умереть или дружить с государством — у огромного большинства российских СМИ, за исключением тех очень немногочисленных, к которым я, кстати, не отнесу империю Габрелянова, потому что она как раз живет за счет своей любви к государству и любви государства к ней; есть крайне небольшое количество компаний, которые за счет немислимой, чудовищной, несусветной «желтизны» кое-как удерживаются на поверхности.

Справедливости ради, возвращаясь к Габрелянову, давай все-таки вспомним о том, что бизнес Габрелянова начинался в Ульяновской области в условиях жесткой конфронтации с руководством Ульяновской области.

С.П.: Да, несомненно, он начинал все в Ульяновской области, но с тех пор он претерпел большие изменения. Так что Габрелянов теперь не в Ульяновской области, а сидит верхом на «Известиях» и на целом ряде других проектов, польза которых нам известна.

А.Н.: Я не знаю, я не в теме. Но как телевизионный проект Life News, я могу сказать, на мой взгляд, это самый профессиональный новостной проект сейчас. Разве ты не согласен с этим?

С.П.: Профессионализм его в значительной мере — империи Габрелянова — мы все хорошо видели на тех «сливах», которые через империю Габрелянова были выведены в общественное мнение. Я был участником одного из них. Хорошо помню, как я слушал на сайте Габрелянова свои

переговоры с Борисом Немцовым. Которые откуда взялись? Да ниоткуда, как-то ветром надуло, нашли на улице. Там же на улице они нашли переписку Навального, там же на улице они нашли переписку Яшина, там же на улице они нашли полный массив всех писем Координационного совета российской оппозиции — все это они находят на улице, все это случайно было в редакционной мусорной корзине.

А.В.: Сергей Борисович, извини, пожалуйста, давно живу, а в 1996 году в «Московском комсомольце» переговоры Чубайса — они где были найдены «Медиаостом»?

С.П.: Нет, минуточку, в «Московском комсомольце» — это, пожалуйста, к депутату Хинштейну. Это 1996 год, «Московский комсомолец», я помню, кто конкретно это делал. Этот человек ваш, вы этого человека вырастили, вы этого человека содержите, продолжаете им владеть. Спросите у Хинштейна, я думаю, что вы можете это сделать напрямую без моей помощи, откуда и чего он брал в 1996 году.

А.Н.: Возвращаясь к отношениям владельцев СМИ и журналистского коллектива, получается, что у нас вообще нет сейчас возможности журналистам иметь свою точку зрения, как вот Алексей Волин говорит?

С.П.: Вы знаете, у журналистов есть, несомненно, возможность иметь свою точку зрения. Но нужно тогда быть заранее согласным стем, что эту точку зрения вы будете иметь бесплатно. Я и мои коллеги по «Диссернету», мы занимаемся журналистикой — серьезной, глубокой, расследовательской журналистикой. Я думаю, что сегодняшняя история с Астаховым — неплохая иллюстрация к тому, что я говорю. Мы это делаем бесплатно, но мой доход от этой работы — я занимаюсь год «Диссернетом» — равен нулю, я не заработал ни одного рубля на этом. Вот такая журналистика, я имею свое на этот счет мнение. Еще я имею «Счет мнений» в программе «Суть событий» на «Эхе Москвы», не в эфире конкурирующей радиостанции она названа. Это не совсем бесплатно, моя зарплата была назначена мне в 2003 году, но тот факт, что с тех пор она не изменилась, я думаю, кое-что скажет вам о ее размере.

А.Н.: В этой связи вопросы журналистской этики, которые сегодня все обсуждают из-за публикации на «Дожде», из-за истории с «Вестями», насколько важную роль играют?

С.П.: На мой взгляд, вопросы журналистской этики, конечно, играют чрезвычайно важную роль. Но они могут быть реализованы, эти вопросы, только в тех условиях, когда существует некоторое профессиональное сообщество, когда существует среда, которая сама следит за соблюдением этих журналистских норм. К сожалению, тот режим, в котором существует индустрия сегодня, и то, что поощряет сегодня тот, по существу, единственный деньгодатель, который сохранился на этом рынке, а именно государство, он наказывает, не способствует формированию этой среды. В этой среде

успешным является Габрелянов. В этой среде без-успешным является, не буду говорить опять о себе, является Алексей Навальный, который тоже занимается высококачественной data-журналистикой. Он на ней не зарабатывает.

А.Н.: Я хочу все-таки понять, ты действительно считаешь, что все, кто присылал свои жалобы и в Минкомсвязи, и в Думу, и в Роскомнадзор, все, кто пишет в интернете по поводу этой истории с «Дождем», они все на государственных деньгах сидят, им все проплачивают?

С.П.: Нет, минуточку, на государственных деньгах сидят те, кто стоят с пикетом возле «Дождя» — эти люди сидят на государственных деньгах. На государственных деньгах сидят авторы наиболее широко распространяемых текстов по этому поводу.

А.Н.: Но остальные-то?

С.П.: Например, автор известного текста из «Комсомольской правды». Они сидят, несомненно, на государственных деньгах. Другое дело, что они эти деньги получают в той или иной форме. Иногда, как мы с вами хорошо знаем, государственные деньги могут быть распределяемы через лояльного владельца, иногда — через подгон рекламодателя.

А.Н.: Но остальные-то люди, совершенно не имеющие никакого отношения к СМИ?

С.П.: Остальные люди имеют право иметь свое мнение. Одни — такое, другие — сякое. И это не должно быть поводом для оргвыводов, которыми замахивается сегодня государство. А я считаю, что в вопросе телеканала «Дождь» не было ничего криминального, потому что в вопросе в принципе не может быть ничего криминального. Никакой вопрос не является криминальным. Вот и все.

А.В.: В вопросе телеканала «Дождь», может быть, не было ничего криминального. Там было достаточно идиотичного.

С.П.: Вопросы бывают бестактными, вопросы бывают глупыми. Но криминальными вопросы не бывают.

А.В.: Сергей Борисович, вот за что тебя люблю, так это за возможность вести содержательный диалог. У меня единственный вопрос остался: те люди, которые не зарабатывают на журналистике, но ею занимаются, они за счет чего живут?

С.П.: Я нахожусь на иждивении своей жены на протяжении последних двух лет. Слава богу, у меня есть кое-какие сбережения. Мое последнее место работы — я был главным редактором журнала «Вокруг света», зарабатывал довольно много, мне удалось кое-что скопить. Вот я сам себе выдал грант, на этот грант я и живу.

А.Н.: Просто Подрабинек у меня в эфире то же самое вчера сказал — вопрос не может никого оскорбить. Скажи мне, вопрос «был ли Холокост» — оскорбителен или нет?

С.П.: Вопрос — нет. И такие вопросы бесконечно задаются. Сам по себе вопрос — нет.

А.Н.: Он не может никого оскорбить?

С.П.: Оскорбительной может быть попытка ограничить доступ людей к информации так, чтобы они могли адекватно ответить на этот вопрос. Вот это может быть и оскорбительным, и преступным. Люди должны иметь возможность отвечать на вопросы, опираясь на свое знание.

А.Н.: Спасибо тебе большое. Сергей Пархоменко — журналист, издатель — у нас был в прямом эфире.

А.Н.: Почему так горячо все это переживается внутри цеха?

А.В.: Потому что многие участники цеха уже не работают; потому что внутри цеха накоплено большое количество обид, высказанных и невысказанных; потому что в принципе, на мой взгляд, за последние годы очень сильно вырос уровень раздражения, в том числе и в общении тех людей, которые достаточно долго и профессионально знают друг друга. Мы с вами давно живем на этом рынке, согласитесь, что в период олигархических информационных войн, когда люди оказывались по разные стороны баррикад, это не сказывалось на их личных отношениях?

А.Н.: Был такой момент, да, это правда.

А.В.: Можно было работать на Березовского, можно было работать на Гусинского, можно было работать на Потанина, можно было писать друг про друга... Кстати, друг про друга не писали, писали про владельцев, что они враги, «земляные червяки»...

А.Н.: Владельцы, в общем, сами пример показывали. Они сначала воевали, потом дружили, потом опять воевали.

А.В.: Да, но информационные батальоны за стол войны или раздражение не переносили.

А.Н.: Это давно было, давно прошло уже.

А.В.: И сегодня, кстати, это точно пошло не со стороны государства, появилась попытка, которая, к сожалению, в значительной степени удалась и развилась, перенести споры, которые связаны с разными позициями или с разным отношением к профессии, на личный уровень.

А.Н.: Как-то можно будет из этого выйти нам без потерь?

А.В.: Ну, без потерь уже не выйти, потому что много кто кому чего сказал. Хотя надо, на самом деле, быть выше этого. Самое-то главное, что то, что я говорил: мы не выйдем без потерь из-за того, что очень сильно упал и просел профессиональный уровень журналистики, ремесло стало значительно ниже. И здесь потери будут только на благо, потому что без операции мы реально не изменим ситуацию внутри среды.

А.Н.: Просто я не очень тогда понимаю, как решать проблему? С одной стороны, вы говорите, что нужно этих бездарных

журналистов, которые понижают уровень, вызывают исчезновение доверия, увольнять. С другой стороны, все равно то, что делает, в том числе, и Министерство связи, по увеличению количества каналов — там же тоже будут люди нужны. Тут какой-то тогда парадокс получается: где же тогда еще набрать, если и нынешние ничего не умеют делать?

А.В.: Каналов сейчас уже достаточно много, это раз.

А.Н.: Премьер говорил, сколько — 90 тыс. Но он сказал, что не все из них как СМИ реально существуют.

А.В.: Не все реально существуют. Мы же говорим, опять-таки, про каналы здесь. Потом еще, знаете, у нас же что произошло, если говорить про профессионализм? У нас как «каждый суслик — агроном», так и каждый блогер мнит себя властелином человеческих дум и профессиональным журналистом, что самое ужасное. А он не журналист, он стенгазетой занимается, по большому счету. И здесь да, я думаю, что будет определенный кризис рынка.

А.Н.: В чем он будет заключаться?

А.В.: Он будет заключаться в закрытии целого ряда средств массовой информации, в результате чего будут появляться, освобождаться журналисты.

А.Н.: Это будет как-то связано с сокращением госсубсидий в СМИ? Или это будет что-то другое?

А.В.: Госсубсидии СМИ сокращаются.

А.Н.: Да, я знаю.

А.В.: Потому что бюджет с каждым годом становится все сложнее и сложнее, экономическая ситуация этому не способствует. Ну, кроме того, в общем, сколько можно плавать со спасательным кругом? Уже пора научиться грести самим.

А.Н.: Как же быть вот с машиной пропаганды, которая создается сейчас под именем «Россия сегодня»? Которая в представлении многих — такой некий монстр информационный.

А.В.: Слушайте, вы видели финансирование этого «информационного монстра»? Оно на порядки ниже, чем финансирование тех организаций, которые занимаются внешним информационным обеспечением зарубежных стран. У этого «монстра» более чем скромный бюджет — это раз. Во-вторых, он направлен на информационную работу не внутри страны, а за рубежом.

А.Н.: А внутри страны?

А.В.: Внутри страны у нас абсолютный плюрализм мнений зачастую в одной голове.

<http://www.kommersant.ru/doc/2394350>





М. А. Салих

Масс-медиа и искусство Ирака как фактор эстетического воспитания студентов

Аннотация: В статье решается проблема использования воспитательных медиа-эффектов художественного дискурса, связанная с освоением эстетических традиций в процессе вузовской подготовки иракских студентов-дизайнеров.

Ключевые слова: Эстетические традиции, эстетическое воспитание, масс-медиа, декоративное искусство, научно-популярная публицистика, фреска.

Эстетическое воспитание студентов в арабских странах основано на фольклорно-мифологических традициях, на исторических параллелях. Древний Восток и особенно культура Месопотамии имеет принципиальное значение для формирования вкусов и потребностей современной иракской молодежи. Республика Ирак, как известно, является одним из древнейших государств мира, которое всегда славилось декоративным мастерством художников, мастерством архитекторов и дизайнеров. Важна и религия. Как отметили С. Шумов и А. Андреев в книге «Ирак: история, народ, культура», для иракцев важным фактором жизни стал ислам: «Мусульманское мироощущение и философия остаются основой жизни общества» [7, 8].

Тема развития искусства как части художественной пропаганды недавно стала достойным иракской науки. Актуальность изучения культуры современного арабского мира отметили и арабские, и российские ученые, которые констатировали уменьшение, но не исчезновение политического противостояния в регионе [1, 3, 8]. На наших глазах создается общемировая медийная культура. Это культура, все больше тяготеющая к глобальным коммуникациям, поэтому сейчас важно, чтобы глобализационные процессы не уничтожили самобытные традиции и культуру развивающихся, как правило, отстающих в технологическом отношении стран, попавших в орбиту цивилизационных столкновений. В этой ситуации в западных СМИ заговорили о войне цивилизаций: западной и исламской. Но глобальные масс-медиа могут и помогать эстетическому воспитанию, расширяя кругозор учащихся. Вопросы развития современного арабского искусства и его популяризации в СМИ, проблемы литературного языка и языка художе-

ственного, задачи арабизации науки и образования привлекают внимание таких арабских исследователей, как Абдалла Мухаммед аль-Хумейдан, Ахмед ад-Дабиб, Тамам Хасан, Хусам аль-Хатыб, Шихада аль-Хури.

Именно благодаря глобализации масс-медиа, как отметили названные ученые, в частности Авад Ахмед Мохаммед в своей работе «Особенности развития СМИ арабских стран в условиях глобализации на рубеже XX-XXI вв.», исламский мир стал не только союзом стран, где наблюдается распространение мусульманской религии и культуры, но и «мировым социально-культурным и религиозно-политическим феноменом», не имеющим границ. Авад Ахмед Мохамед, показавший противоречия глобализации в сфере масс-медиа, подчеркнул: «Таким образом, 280 миллионный арабский мир вне зависимости от своего желания столкнулся с этим новым явлением, которое не только необходимо осмыслить, но и к условиям которого необходимо приспособлять все стороны экономической, политической, культурной жизни арабских стран, осуществлять деятельность средств массовой информации, системы образования и просвещения» [1, 28]. Автор диссертации справедливо рассматривает глобализирующиеся медиа как следствие интернетизации всей западной и восточной культуры, связывая ускорение темпов развития телекоммуникаций с деятельностью ЮНЕСКО и необходимостью приобщиться к достижениям мировой культуры. Он упоминает в своей диссертации ряд коллективных трудов, посвященных социально-политическим последствиям глобализации на Арабском Востоке, опубликованных под редакцией Абд аль-Басета Абд аль-Муты, Мухаммеда Ибрахима Мабрука [1, 28-29].

СМИ считаются мощным средством популяризации эстетических ценностей в массах. Иракские художники и дизайнеры, продолжая традиции мастеров Средних веков и недавнего прошлого, стараются восстанавливать доброе имя государства и опираться на масс-медиа, на медийный потенциал национальной культуры. Пресса Ирака в 2003-2013 гг. развивалась динамично, но неравно. Вот основные газеты, в которых эстетическая проблематика занимает достойное место: «Аль-Заман» – ежедневная газета, базируется в Лондоне, печатается в Багдаде и Басре; «Аль-Ахрар» – частный еженедельник; «Аль-Дауах» – шиитская газета;

Об авторе: Махди Али Салих, аспирант Воронежского государственного педагогического университета

«Багдад» – еженедельник, отражает взгляды Иракского национального согласия «Аль-Сабах», выходит дважды в неделю при поддержке американского Управления реконструкции.

Большинство изданий спонсируются государственными организациями. Несколько научных обществ выпускают журналы по разным отраслям общественных и естественных наук. В Багдаде публикуются 7 ежедневных газет на арабском или английском языках. Наибольшие тиражи имеют «Ас-Саура», (250 тыс. экз., печатный орган партии Баас), «Аль-Джумхурия» (150 тыс. экз., правительственная газета) и еженедельный общественно-политический и литературно-художественный журнал «Алиф Ба» (150 тыс. экз.). Ряд государственных и общественных организаций имеют свои печатные органы. Министерство информации и культуры издает ежемесячный политико-литературный журнал «Аль-Афак аль-Арабийя» («Арабские горизонты», 40 тыс. экз.), Прогрессивный национально-патриотический фронт – ежедневную газету «Аль-Ирак» («Ирак», 30 тыс. экз.), Иракская коммунистическая партия – ежемесячный общественно-политический журнал «Ас-Сакафа аль-Джадида» («Новая культура», 3 тыс. экз.), Всеобщий союз сельскохозяйственных кооперативных обществ – еженедельную газету «Саут аль-Феллах» («Голос крестьянина», 40 тыс. экз.), Всеобщая федерация рабочих профсоюзов Ирака – еженедельник «Уаи аль-Уммаль» («Рабочая сознательность», 25 тыс. экз.). Выходят в свет также газета «Аль-Кадисия» (вооруженных сил), «Аль-Ирак» и популярные журналы для детей, женщин, рабочих и других групп населения.

Телевидение сосредоточено в руках медиагруппы «Ирак медиа нетуорк», пользуется поддержкой США. Радио тоже часть «Ирак медиа нетуорк – Голос нового Ирака» – пользуется поддержкой США «Радио Нахраин» – вещает из Басры при британской поддержке. В последние годы в Ираке вещали многие подпольные и оппозиционные радиостанции: «Радио страны двух рек» – орган Иракского национального согласия; «Радио Хуррия» (Радио свобода) – орган Иракского национального конгресса; «Голос освобождения Ирака» – по-видимому, вещает из иракского Курдистана, впервые вышел в эфир в марте 2003 г.; «Радио Тикрит» – резко критиковало Саддама, основано в феврале 2003; «Радио Курдистан» – орган Социалистической демократической партии Курдистана; «Радио Свобода» – орган Коммунистической партии иракского Курдистана; «Радио джихад» – орган Иракского исламского движения; «Радио Бопешава» – орган Рабочей коммунистической партии Ирака; «Радио Республики Ирак – Голос иракского народа» – по имеющимся данным, вещает из Саудовской Аравии; «Голос вооруженных сил» – Голос иракского Курдистана – орган Демократической партии Курдистана, под руководством Массуда Барзани; «Голос независимости» – орган Консервативной партии Курдистана; «Голос Ислама» – орган Исламского движения

иракского Курдистана; «Голос регионального правительства иракского Курдистана»; «Голос мятежного Ирака» – поддерживает шиитскую группу, опирающуюся на Иран [1, 35].

Каждая новая партия, общественное движение стараются заявить о себе через собственный печатный орган. Несмотря на небольшие тиражи, партийная печать представляет собой довольно значительную часть общеполитических изданий. Многие независимые СМИ, которые стараются не афишировать своих политических симпатий, тоже содержат в себе скрытую партийность, стоят на определенных политических позициях, активно отстаивая их в информационных баталиях. На это указывает политическое размежевание СМИ, связанное с драматическими событиями последних лет.

Коммерциализация СМИ принесла и положительные результаты, и отрицательные результаты. Отрицательные: рождение «теневого журналистики» – подкуп отдельных журналистов бизнесом для скрытой рекламы, антирекламы, заказных статей, интервью, использование сотрудников СМИ в качестве орудия для достижения неблагоприятных, корыстных целей. Это снижение критериев журналистской деятельности, увлечение СМИ эпатажем, скандалами, бульварными темами; пропаганда потребительства, распространение буржуазной массовой культуры; дегуманизация СМИ, падение духовности.

Коммерциализация дала толчок и такому явлению, как непрофессионализм сотрудников СМИ, который получил широкое распространение в информационно-коммерческой прессе, радиовещании, на телевидении. Он проявляется в слабом владении молодыми журналистами литературным языком, его замене вульгарно-просторечной, а то и ненормативной лексикой. Кроме того, их материалы грешат недостоверностью, необъективностью, одна из причин которых кроется в некомпетентности авторов, их слабой образовательной подготовке. Непрофессионализм является и одной из причин того, что иностранные СМИ заняли довольно сильные позиции на иракском информационном рынке. Не имея здесь достойных конкурентов, они оказывают значительное влияние на аудиторию, на отечественную журналистику, особенно демократической ориентации, которая практически утратила характерные национальные черты и приобрела достаточно ясные очертания западных СМИ.

Особо надо упомянуть Интернет. Современные возможности сети Интернет по распространению информации и воздействию на читателей равны, а иногда и превышают возможности традиционных СМИ (газет, радио и телевидения). При Саддаме Хусейне доступ к Интернету в Ираке имели очень немногие, и находился он почти полностью под контролем правительства. Поскольку Ирак не имел собственных интернет-провайдеров, весь поток информации шел через зарубежных провайде-

ров. Со времени падения режима Саддама Хусейна в 2003 году в ситуации со средствами массовой информации в Ираке произошли изменения. Если раньше число их было крайне невелико, они находились под жестким контролем властей, сейчас у иракцев есть выбор из сотен самых разных периодических изданий и десятков радиостанций и телеканалов. Иракская журналистика вновь стала многопартийной, какой она была до революции.

Одним из политиков, использующих новые СМИ, является премьер аль-Малики, который в выгодном свете рисует достижения своего правительства. Он уверенно говорит о «победе над Аль-Каидой» и «вооруженными группами» (термин, который употребляют для обозначения шиитских ополчений). Часто возникают конфликты с Турцией.

Несмотря на успех иракской дипломатии по предотвращению турецкого вторжения, сегодня часто раздаются обвинения в адрес иракского правительства, что оно само виновато в возникновении этого кризиса. Противоречивые заявления партий, входящих в правительство, их разные походы привели к тому, что была упущена возможность предотвратить деятельность отрядов радикальных сепаратистов-курдов. Обозреватели опасаются нового кризиса в том случае, если «персы» захотят повторить турецкий опыт и попытаются прекратить таким же способом деятельность курдской вооруженной оппозиции в Иране с иракской территории, особенно группировки Муджахеддин-э-Халк.

Эстетическое воспитание, как «целенаправленное, систематическое воздействие на личность с целью ее эстетического развития, то есть формирования творчески активной личности, способной воспринимать и оценивать прекрасное в природе, труде, общественных отношениях с позиций эстетического идеала, а также испытывать потребность в эстетической деятельности» [2, 161; 6, 32], давно стало важнейшей составляющей программ воспитания в вузах всего мира. Государство обеспечивает в Ираке всеобщее бесплатное светское образование на всех этапах (от детского сада до университета). Начальное обучение обязательно для всех детей начиная с шестилетнего возраста. Продолжается оно в течение 6 лет и заканчивается экзаменами, которые позволяют учащемуся поступить в среднюю школу. Для достижения статуса эстетически развитого студента нужно, чтобы вся система эстетического воспитания была единой и объединяла все учебные дисциплины, всю общественную жизнь студента, где каждый учебный предмет, каждый вид деятельности внес свой вклад в формирование эстетической культуры личности студента. Эстетическое воспитание в вузе способствует активизации самосознания студентов, формированию их активной социальной позиции, основанной на гуманистических ценностях; гармонизирует эмоционально-коммуникативную сферу и снижает остроту реагирования на стрессовые ситуации, то есть оптимизирует поведение студента и расширяет его

возможности для общения в совместной деятельности с коллективом.

Художественная традиция как фактор эстетического воспитания студентов по праву считается краеугольным камнем восточной педагогики. Эстетическое воспитание – это, как известно, постоянный долговременный процесс формирования у человека эстетического отношения к действительности. Это отношение к миру с позиций идеала Прекрасного развивалось с возникновением человеческого общества, воплощаясь в сфере материальной и духовной деятельности людей, вершиной которой выступает искусство, в частности – живопись. Эстетическое отношение к природе заложено в каждом человеке, но без формирования правильного вкуса и психологических установок не может быть гармонической личности. Эстетическое отношение выступает в качестве основы художественного обучения. Оно связано с восприятием и пониманием прекрасного в действительности, с наслаждением эстетическим творчеством человека.

Культурная глобализация в современном мире поставила перед художественными и творческими вузами Ирака и другими арабскими странами задачу воспитания такого выпускника, который мог бы вступать в открытый диалог с культурами других регионов, оставаясь при этом патриотом своей страны. Диалектическое единство «своего» и «чужого» в культурах развивающихся стран в большинстве случаев стало фактом стандартного учебного процесса, что не решает, к сожалению, многих «тактических» проблем воспитания. К таким проблемам в сфере художественно-эстетического становления молодежи относятся: а) более агрессивный, по сравнению с другими цивилизациями, характер распространения «западных» духовных ценностей в странах Юга планеты; б) культурное «несовпадение» точек отсчета, т. е. «западного» и «восточного» взгляда на образование и художественную практику; в) различие исторических этапов формирования эстетического идеала; г) противоречие между прагматическими сиюминутными рыночными требованиями к выпускнику творческого вуза или факультета, с одной стороны, и бескорыстной, вневременной и подчас мистической сущью искусства – с другой.

Студенты художественных отделений иракских вузов приобщаются к традиционным ценностям арабской уммы с первых шагов обучения, уже на первом курсе осваивая историю национального искусства с древнейших эпох. История и теория художественного образования в Ираке свидетельствуют о неоднозначности эволюции традиционного восточного искусства, фундаментом которого был классический канон 7-9 вв. н. э. Долгие столетия нормой считалось копирование по образцам. Это вело к откату от понятия авторства в его современном звучании. Авторское начало проявлялось в оригинальности соединения традиционных элементов узора, в подборе цветов и красок,

в компоновке жизненного материала, в акцентах смысла, в актуализации традиционного идейного материала произведения. Повторяемость и уникальность прекрасного, его субъективно-объективная диалектическая природа, исторически изменчивая природа, наличие идеала считаются в Ираке основой практики художественного творчества и методики преподавания истории и теории искусств. Опыт мастеров прошлого тщательно изучается и сегодня, достижения коллективно-эстетического творчества студенты осваивают на художественно-графических и гуманитарных факультетах ирракских вузов, а также на факультетах и отделениях, связанных с подготовкой специалистов в области дизайна. Потребность в специалистах в этой сфере большая.

Население Ирака по приблизительным данным (что связано с объективной ситуацией в стране) составляет около 22 млн. человек, хотя численность населения после войны 2003 года и последовавших гражданских столкновений заметно снижается, как снижается и уровень жизни, что заставляет людей покидать родину. Тем не менее, если брать период последнего десятилетия, то можно утверждать, что ситуация обязательно улучшится в ближайшие годы. Экономика восстанавливается, инвестиции поступают активно, нефть добывается. Идет активное строительство предприятий, официальных зданий, частных домов – в городах заново восстанавливается жилой фонд. В такой ситуации спрос на специалистов в области дизайна и настенной живописи тоже растет.

История и теория художественного образования в Ираке свидетельствуют о неоднозначности эволюции традиционного искусства, фундаментом которого издавна был классический канон. Долгие столетия нормой обучения творческому процессу считалось копирование по образцам. Авторское начало проявлялось в оригинальности соединения традиционных элементов узора, в подборе цветов и красок, в компоновке жизненного материала, в акцентах смысла, в актуализации традиционного идейного материала произведения. Повторяемость и уникальность прекрасного, его субъективно-объективная диалектическая природа, исторически изменчивая природа, наличие идеала считаются в Ираке основой практики художественного творчества и методики преподавания истории и теории искусств. Опыт мастеров прошлого тщательно изучается молодыми дизайнерами и сегодня, достижения коллективного живописного творчества осваивают на художественно-графических факультетах ирракских вузов, а также на отделениях, связанных с подготовкой специалистов в области архитектуры и дизайна.

Учебные программы в образовательных учреждениях, прямо или косвенно связанных с живописью и дизайном, часто перекликаются. В них много внимания уделяется духовному и эстетическому воспитанию будущего мастера, чему способствует раннее приобщение студентов к миру прекрасного.

В арабских странах художников и дизайнеров учат сегодня умению усиливать конкурентоспособность в условиях рынка: художник должен обладать эрудированностью, способностью реализовать заказ потребителя. Иракская система профессионального обучения, к сожалению, пока не дала значительных результатов в процессе художественного образования студентов, и одной из причин этого можно считать политическую нестабильность, а другой – межэтнические и религиозные противоречия. В частности, по мнению таких педагогов, как Адель Камель, Шаукат аль-Рубаи и др., необходимо усилить эффект культурологического блока дисциплин в воспитании дизайнеров, «ядром которого выступила бы национальная художественная традиция» [8, 12].

Древнейшие художники Ирака оставили на стенах жилищ красочные рисунки, которые и сегодня поражают достоверностью изображения и оригинальностью композиции, они надолго останутся в декоративном и прикладном творчестве многих народов. Художники еще до исламского периода для украшения стен религиозных и жилых зданий использовали клеевые краски и мозаику. После этого художники в области культового искусства ислама оставили потомкам прекрасные миниатюры, где рисовали человека, животных и природу. В это время появилась знаменитая Багдадская школа миниатюрной живописи ХП в. Современная школа в XX веке могла начать активно формировать свой характер лишь после Второй мировой войны. Естественно, опыт других культур также учитывается, например, студентов Института искусств обязательно знакомят с античной философией, с теориями Платона и Аристотеля. Изучается живопись Европы и США, искусство самых разных направлений.

Образовательный процесс в арабских странах под влиянием глобализации модернизируется, но идея сохранения национальной самобытности остается стержнем государственных образовательных стратегий. Прошлое сохраняет свою значимость и сегодня. Труды арабских философов, посвященные духовному воспитанию, актуальны и сегодня, в них нередко упоминается о красоте и совершенстве человеческой личности, о законах гармонии. Толкование терминов «красота» и «идеал» в работах арабских мыслителей прошлого и настоящего иногда не совпадает с привычным их пониманием на Западе. Так, в Европе гораздо чаще говорят о «чистой», «незаинтересованной» и «неангажированной» красоте, о первичной роли идеального совершенства формы, преобразующей любой материал, а на Востоке идеи чистого искусства встречаются сравнительно редко, живописцы у нас реже говорят о независимости мастера, об «искусстве ради искусства». На Ближнем Востоке в художественных вузах более строго, чем на Западе, воспитывается чувство долга, здесь всегда ценилось мастерство одухотворения реальной жизни с помощью символов и цветового символизма

в частности. Постоянно прославляется наличие гражданской ответственности за талант. Искусствоведы обычно говорят об «абстрактном» характере исламского искусства, ибо ислам сосредоточен на невыразимом в каких-либо образах Единстве. Отсюда и постоянное внимание декоративности, орнаменту, мозаике. С живописью не всегда так. Живописные полотна современных авторов продолжают разговор о вечных ценностях, но мотивы новой культуры преобладают. Сохранили свою актуальность религиозные мотивы. Дидактический, поучающий пафос многих картин древних и современных иракских художников подтверждает это. Вместе с тем, думается, считать современное искусство явно пропагандистским и только дидактическим нельзя. В годы правления С. Хусейна была создана школа агитационного искусства, которую поддерживало государство, но сегодня свобода художников стала фактом, никто никого не заставляет прославлять режим. Красота и идеал гармоничной личности создается в условиях тяжелого кризиса, но это не тупик арабо-мусульманской эстетики, а ее новое качество. Политизация искусства в последние десятилетия не означала утраты ценностей Прекрасного и высших идеалов изобразительного искусства.

Можно предположить, что красота и идеал в трудах арабских художников и теоретиков искусства нередко выступает как разновидность высшей красоты космоса и Бога. Бог прекрасен и Он любит красоту – такова аксиома Корана. Этическим идеалом веками у нас было служение Аллаху и Истине. Эстетический идеал для мусульманина долгое время был подчинен морали и праву Корана. Прекрасно то, что угодно Аллаху – таков закон эстетики ислама. Известный принцип декоративности, характерный для всего арабского искусства можно рассматривать как часть ЭИ, понимания прекрасного как радости, что далеко не всегда связано с религией. Восприимчивость к чужому опыту, универсальная открытость эстетики стала для иракских художников основой своей традиции, переплавившей многие достижения персидской, древнегреческой и любой другой культуры.

Прекрасное в философии арабов сливается с благим и справедливым, но еще более важно то, что всегда прекрасной считалась Истина. Для восточной, в том числе и арабской эстетики, важны такие понятия, как «джамал» – божественная, совершенная красота, например, купол мечети, «джалал» – божественное величие (величественное, возвышенное), например, минареты, «сифат» – божественное имя, например, письмена на внешних стенах мечети.

Арабские ученые, как известно, на протяжении многих веков изучали загадки красоты и художественного творчества. Они видели большую воспитательную и нравственную силу художественных образов, анализировали проблемы влияния искусства на общество, опираясь на труды классиков как исламской, так и европейской культуры.

Мыслители древности, особенно такие, как Аль-Фараби, Авиценна (Абу Али ибн Сина), Ибн-Рушд (Аверроэс), Абу-Хамид Мухаммад ибн-Мухаммад аль-Газали (ал-Газали) и др. часто писали о потребности человека в идеале. Как подчеркнул А. Н. Джурицкий, «мыслители Арабского Востока посвятили свои труды разработке программы гармонического развития личности» [4, 74]. Идеалом такой личности чаще всего выступал пророк Мухаммад (Мухаммед, Мохаммад, Магомед). В Коране он называется по имени всего четыре раза, но называется также пророком (ан-Наби), вестником (Расул), слугой Бога (Абд), вестником (Башир), предупредителем (Наджир), напоминателем (Мудхаккир), свидетелем (Шахид), воззавшим к Богу (Да'и) и др. Свет внутренней красоты, основанной на твердости убеждений и силе характера, делают этого человека носителем высших достоинств, хотя внешне он не был красив. Идеал красоты (ЭИ) в арабской культурологии связан с рядом принципов, которые изучаются во всех художественных вузах.

Для понимания культуры и СМИ Ирака важен такой аспект истории государства, как частые войны. Особенно важны войны с Ираном, Кувейтом, а также с курдами внутри страны. 19 марта 2003 года американские коалиционные войска начали военную операцию по разоружению Ирака. Американские войска вторглись на территорию суверенного Ирака, страну, которая никогда не угрожала атаковать Соединенные Штаты [5, 238]. Противостояние в Ираке показало, что информационные боевые действия становятся одним из ключевых элементов войны как таковой. Социокультурная ситуация начала 2000-х годов сохраняла многие черты предшествующего десятилетия, которое вошло в историю арабского мира как время идейных столкновений вокруг Ирака, Ирана и Палестины.

Арабский Восток и его культура много лет находится в центре внимания средств массовой информации всего мира. Арабские газеты и журналы, радио и ТВ – это важная часть культуры Арабского Востока и всего мира. Рост влияния арабских СМИ совпал с обострением ситуации на Ближнем Востоке, началом войны в Ираке. Оценка действий США и их союзников в Ираке неоднозначна, о чем говорит ожесточенная дискуссия до начала иракской операции и после ее завершения. Музеи, коммерческие фирмы, правительственные офисы и дома Багдада, как и других городов, были разграблены после падения режима Саддама. Среди украденных предметов были тысячи произведений искусства, антикварные ценности, возраст некоторых из которых насчитывал несколько тысячелетий. Они входили в богатейшие коллекции Ирака.

Рассмотрев развитие эстетической мысли на Востоке, можно заключить, что арабская национальная традиция имеет множество пересечений с западным подходом к эстетическому воспитанию, с принципами западного медиаобразования. Сходство в идеальных моделях подготовки специалистов в вузах обусловлено доминированием

общечеловеческих ценностей в структуре социальных идеалов разных цивилизаций. В то же время, безусловно, очевидны и различия в трактовке общечеловеческих идеалов, причем арабская традиция в эпоху глобализации не уступает западной модели, усиленно распространяемой в последние десятилетия. Задача журналистов – распространять полезную информацию о развитии искусства, в частности, живописи, вовлекать новые слои населения в эстетическую деятельность. Особенно это значимо для воспитания гармонического молодого специалиста, для чего в вузах Ирака используют достижения медиаобразования.

2. Воронеж

Литература

1. Авад Ахмед Мохамед. Особенности развития СМИ арабских стран в условиях глобализации на рубеже XX-XXI вв. : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 : Москва, 2003. – 167 с.
2. Борев Ю. Б. Эстетика : Учебник / Ю. Б. Борев. – М. : Высш. шк., 2002. – 389 с.

3. Грюнебаум Г. Э. Основные черты арабо-мусульманской культуры (статьи разных лет) / Г. Э. Грюнебаум. – М., 1991. – 290 с.
4. Джуринский А. История зарубежной педагогики : учеб. пособие / А. Н. Джуринский. – М. : Форум-Инфра-М, 1998. – 349 с.
5. Иракский кризис и становление нового мирового порядка / [под ред. С. В. Кортунова]. – М. : Орбита-М, 2004. – 648 с.
6. Киященко Н. И. На пути к новой парадигме эстетического воспитания / Н. И. Киященко // Современные подходы к теории эстетического воспитания. – М., 1999. – С. 46-51.
7. Шумов С. А. Ирак : история, народ, культура : Документальное историческое исследование / С. А. Шумов, А. Р. Андреев. – М. : Монолит-Евролинц-Традиция, 2002. – 218 с.
8. Халаф Намир Кассам. Формирование ценностного отношения у студентов-дизайнеров к арабской художественной культуре средствами орнамента : дисс...соиск. уч. степени канд. пед. наук. – Воронеж, 2011. – 157 с.





В. Хорольский Медийно-художественные дискурсы в СМИ и проблема эстетического идеала

Аннотация: В статье рассмотрена проблема идеала в структуре медийных текстов в сравнении с текстами художественными. Медийность и художественность в их взаимодействии сопоставляются с позиций информационно-культурологического метода.

Ключевые слова: эстетический идеал, литература, медийность, художественность, журналистика.

Всякая теория, опираясь на факты реальной жизни и человеческой многовековой практики, в то же время не может не тяготеть к сугубо абстрактному моделированию реальности, основанному на идеальных конструкциях, гипотезах, прогнозах; теоретическое знание далеко не всегда зависит от эмпирических данных. Журналистика является практической деятельностью, но это в первую очередь умственно-духовная деятельность, поэтому и наука о СМИ обязана ориентироваться не только на практику, но и на далекий идеал, который дает представление о совершенстве и гармонии, служит руководством к действию и является универсальной категорией при обсуждении проблем медийного наполнения текстов, функционирующих в пространстве масс-медиа. Цель статьи – проследить взаимодействие идеала и действительности в структуре медийных текстов (МТ) и медийных дискурсов (МД), опираясь на теории западных и отечественных авторов в области эстетических ценностей. Сопоставление медийных и художественных текстов (ХТ) с точки зрения идеальных норм существенно проясняет проблему диалектического взаимодействия факта и домысла в масс-медиа, что позволяет точнее судить о границах медийности и художественности в МТ.

1. Эстетический идеал в литературном произведении

Социально-историческая значимость СМИ, во многом зависящая от информационно-культурной и общественно-литературной деятельности журналистов, обусловлена не в последнюю очередь эстетическим императивом жизненного мира, тем объективным фактором и в то же время субъективным творческим началом, которое определяет

Об авторе: Хорольский Виктор Васильевич, доктор филологических наук, профессор кафедры истории журналистики и литературы факультета журналистики Воронежского государственного университета.

высшие проявления эстетического идеала (ЭИ), хотя, естественно, есть и более существенные факторы и параметры МТ (новизна и оперативность информации, социальный смысл и общезначимость проблематики, масштабность выводов, рекомендаций, футурологический потенциал авторского замысла и т. д.). ЭИ при всей его труднодостижимости и отвлеченности важен для журналистов как напоминание о миссии, о высших критериях профессии. Диалектика ЭИ в СМИ такова, что отдельное произведение здесь менее значимо, чем в литературе, а фон и культурная аура, резонанс-эффект интерактивности и общественного диалога, соответственно, более значимы по сравнению с ХТ.

Никто не спорит с необходимостью эстетического взгляда на медиапродукцию, но практика журналистской работы такова, что вечный цейтнот и экономические требования производства, базовые законы медиаиндустрии, создающей массивы оперативной и точной информации, нередко отменяют серьезные разговоры о языке и стиле публикаций. Если писатель постоянно озабочен совершенствованием языка повествования, то журналист интересуется стилем МТ гораздо реже. Не способствует развитию эстетической традиции и преобладание на рынке идей и эстетических канонов массовой культуры, предпочитающей сенсационную броскость и в то же время «удобоваримость» текстов, причем в желтых изданиях вербальный текст все больше теснят «картинки», **визуализация стала наглядным выражением философии гедонизма, питающей масскульт.**

Эстетический идеал можно понимать как модальную систему норм, которая существует в сознании художника, словно некая «линия горизонта», которая отстает по мере приближения к ней. Как и в случае с абсолютной истиной, «недостижимость» эстетического идеала не должна служить поводом для отрицания его связи с действительностью, а тем более для отрицания воплощенности «относительного» эстетического идеала – нормы возможного совершенства, которая вполне достижима и дает материал для анализа эстетического идеала в СМИ. Социальный идеал понимается в современной науке как «образец, норма, образ, определяющий способ и характер поведения человека или общественного класса»¹. Как эстетическая категория «идеал», по свидетельству А. Ф. Лосева и В. П. Шестакова, получил вполне самостоятельное значение только в трактатах классицистов, хотя уже у Платона в «Пире», «Федоне» и других

диалогах наметилось научное понимание высшей красоты, которая причастна прекрасному в конкретных единичных проявлениях. У Канта и Гегеля идеал связан с осознанием того, что «человек есть самоцель собственной деятельности, и ни в коем случае не средство для кого-то или для чего-то, будь то бог или вещь в себе»². По определению Гегеля, идеал – это «действительность, получившая соответствующую своему понятию формулу»³. И он всегда сопряжен с представлениями людей о желаемом и должном. Это, согласно теориям немецких философов, недостижимый в жизни предел совершенства, к которому стремится всякий художник, всякий креативный работник. В СМИ основой креативности являются МТ, оригинально интерпретирующие известное. Идеалом здесь выступает творческая личность, нацеленная на неустанный и каждодневный поиск новой социальной значимой информации, но достижения цеха измеряются степенью аналитичности МТ и умением авторов привлечь внимание аудитории к важной ОБЩЕСТВЕННОЙ проблеме без потерь для истины. Эстетический и этический идеалы помогают конкретизировать как ценностные ориентации коммуникатора, так и процесс их образного претворения, процесс воплощения их в произведении. В любой системе координат, к примеру, ценится искреннее слово о себе и мире. Искренность и оценочность в МТ прямо связаны с ЭИ, но нельзя утверждать, что эти свойства МТ проявляются в более прямой форме по сравнению с научным и художественным текстами. ЭИ в журналистике, как и в ХТ, органично слит с идеалом политическим и этическим. ЭИ всегда отражает гармоничность личности, стремящейся к самосовершенствованию. В литературе и журналистике данная категория в равной степени коррелирует с категориями нравственности и добродетельного поведения, ибо образ совершенного человека, воссоздаваемый искусством слова и автором МТ, трудно помыслить вне понятий красоты и уродства, ума и глупости, добра и зла.

Чтобы понять функционирование ЭИ в художественном тексте и сравнить в этом отношении ХТ и МТ, целесообразно начать с рассмотрения целого ряда иллюстраций. Рассмотрим вначале хрестоматийную миниатюру американского поэта Р. Фроста «Пастбище»:

*Пойду на луг прочистить наш родник.
Я разгребу над ним опавший лист,
Любуюсь тем, как он прозрачен, чист,
Я там не задержусь. – Пойдем со мной.
Пойду на луг теленка принести,
Не может он на ножках устоять,
Когда его вылизывает мать.*

Я там не задержусь. – Пойдем со мной⁴.

(Пер. И. Кашкина)

Стихотворение написано в годы индустриализации США, когда урбанизм стал реальностью для миллионов жителей ферм. В пафосе «Пастбища» можно видеть выражение пасторального эстетического

и общеполитического жизненного идеала, противопоставленного современности, указанием чего служит безыскусность искренней речи лирического героя, а также образы луга, родника; значим в этом отношении и призыв к собеседнику уйти в поле, к земле, особенно любопытен перечень «радостей фермера» /У. Уитмен/. Ценностная ориентация Фроста во многом опирается на трансценденталистскую философию, ставящую самодостаточную личность в центр этоса. Рассматривая человека как высшую ценность и источник Добра, Фрост в то же время уточняет свою позицию по отношению к Р. У. Эмерсону: если у романтика-трансценденталиста в теориях и стихах все же превалирует монизм (идея «округлости вселенной», центром которой является Добро), то у Фроста в «Эссе об Эмерсоне» отстаивается дуалистическая позиция приятия Добра и Зла: «На практике, в природе круг становится овалом. Как круг, она (вселенная, природа человека. – В. Х.) имеет один центр – Добро. Как овал – два: Добро и Зло»⁵.

Намеренная простота высказывания в подтексте, несомненно, предполагает культурософскую аллюзию, даже полемику. В этой почти лубочной зарисовке есть скрытый «диалог» автора и собеседника, обогащающий эмоционально-полемическое содержание идиллической картины. Идиллически-плоскостное изображение природы еще могло удовлетворить авторов античных буколик, да и то у Феокрита и Вергилия проскальзывали нотки дисгармонии, а уже Э. Спенсера, с которым Фроста не без основания сравнивают, эклоги амбивалентны. Спенсер и позже поэты-сентименталисты часто изображали идеальную гармонию личности и окружающего мира, но они, как позже романтики, а тем более символисты, осознавали, что «Аркадия мертва... античной радости конец» (У. Б. Йейтс).

Для поэта XX в., наблюдающего уход фермерского уклада и запустение патриархальных уголков, любование родником – это не только безмятежное созерцание, но и значимое и продуманное действие. Об этом говорит рефрен миниатюры. Интонация дружеского обращения к собеседнику (это, очевидно, близкий человек, который едва ли ассоциировался у автора с «идеальным читателем» или всем человечеством) является показателем диалогизированности лирического переживания. На важность этой интонации указывает и финал программного стихотворения «Указание»: «Остановись. Вот твой источник. Пей. И обретай утраченную цельность». Фрост понимал, что его натурфилософия выглядит архаичной в век космических полетов. Тем не менее он настойчиво зовет современников «прочь от невыносимых дней к былому», «ко временам, упрощенным утратой» («Указание»). Земля, почва, сад – вот постоянные образы-символы его лирики, свидетельствующие о верности классическому идеалу: **прекрасное следует искать в обыденной и внешне бессобытийной жизни.** В «Пастбище» выражена не только непритязательная жизненная философия,

но и эстетическая программа поэта-буколиста. В сцене расчистки родника от прошлогодних листьев, как и в сцене сенокоса (пасторально-идиллическая зарисовка «Пучок цветов»), осязательно устремление поэта пробиться сквозь наслоения предрассудков, сквозь реальный «идиотизм хуторской жизни» к той идеальной ценностной сфере, которая в фольклоре получила наименование «земного рая». Утверждая свой идеал, поэт не вступает в открытую дискуссию с современным урбанизмом. Внешне миниатюра выглядит реалистически достоверной пейзажной зарисовкой, конечной целью которой было создание пластического образа «натуральной» жизни. Строки стихотворения производят впечатление фиксации первых пришедших на ум мыслей. Впечатление это явно обманчивое. В медитативной поэме «Что-то да было» поэт заметил: «Я, наверное, смешон, когда, склонившись/ над колодцем, но, не умея глубже/ взглянуть, – на поверхности блестящей/ сам себя созерцаю...». На дне колодца, как учил Демокрит, прячется истина. А может, «беленький кварц»? В «Пастбище» под слоем пейзажно-бытовой конкретики кроется философское откровение. Рефрен, выделяясь на фоне относительного ритмо-интонационного единообразия, резонансом усиливает идею произведения. «Пойдем со мной», – зовет автор читателя, указывая на родник утраченной цельности. Здесь, на пастбище, следует искать высшие ценности бытия. Напомним в этой связи стихи трансценденталиста Д. Г. Торо «Что мне в железной «дороге»?», «Когда в душе рассветает», «Твердим, что знаем много», в которых уже в эпоху романтических мечтаний о Земле Обетованной намечена полемика с меркантильной этикой и утилитарной эстетикой янки. Романтики противопоставили утилитарному идеалу не абстрактную мечту, а модель «земного рая», слитую с чаяниями простого человека. Высшим благом почитали они труд на лоне природы, независимость личности и «доверие к себе» (Эмерсон). Не отвергая полностью современный город, поэт Р. Фрост вместе с тем с тревогой и болью пишет о гибели живого в малых поселениях и хуторах – ведь гибнут не только обреченные на угасание сельские углы и дома. Уходят прочь звери и птицы. Мечта о новоанглийской фермерской идиллии – противовес этой боли. В «Пастбище» она воплощена с позиций реалистического эстетического идеала.

Утверждение идеала зачастую происходит в столкновении мнений, в изображении того, что мешает превратить труд «в игру для спасения людей», как выразился Фрост в поэме «Двое бродяг в распутицу». Здесь рассказчик говорит о себе, как бы глядя на ситуацию со стороны. Поэт рубит дрова, что для него и проза жизни и поэзия труда одновременно, а двое бродяг ждут: может быть, он даст им топор, они «пришли и считают: вся колка дров / Им по закону принадлежит». Характерная для Фроста неопределенность: кто прав? Поэт или «два лесоруба и лесовика»? Поэт верен своему моральному

и эстетическому кредо: каждая личность, каждая ценностная позиция достойна уважения. Это не релятивизм. В данном случае подспудный диалог поэта с дровосеками – это не отстаивание какой-либо одной позиции. Антагонизма нет (как и в «Починке «стены»»). Напряженность диалога в финале снимается лиризмом мотивов наступающей весны. Проза и поэзия идут бок о бок.

И Фрост, и Йейтс, и Маклиш отстаивали идеалы высокого искусства, противостоящего прозе каждодневности, но никак не отрицающего этой прозы, ибо это суть, а не только фон их творчества. Их подход к проблеме своего и чужого в формировании эстетического идеала был гибким и диалектическим, что позволяло сохранить идеал гармонии и классической соразмерности, с одной стороны и новаций свободного стиха, с другой. Соотношение эксперимента и стандартной прозы, эволюционирующее от конфликта к сбалансированному взаимодействию, помогло сохранить в условиях радикальных художественных обновлений ценности классики от Феокрита до Т. С. Элиота. В основе их идеала была ориентация на естественное самовыражение творческих людей, для которых образность стихотворения не сводится к яркой метафоре или ритмической дерзости. Их выстраданный опыт помогает поэтам XXI века удерживать планку стихотворчества на высоком идейном и техническом уровне, писать о себе, но в то же время – помня о «диалоге двоих», о разговоре людей и при этом больше думая о реальности выражаемых чувств, о достоверных эмоциях и человеческом измерении поэзии.

Образцы художественного совершенства в искусстве найти гораздо легче, чем в СМИ, однако публицистические произведения, тесно взаимодействующие с ХТ, нередко дают примеры слияния медийности и художественности. Упрощая систему оппозиций, минуя родовые и видовые особенности реализации эстетических потребностей в разных сферах искусства, можно указать на некоторые дихотомии в ХТ и МТ:

ХТ	МТ
образ	понятие
вечное	сиюминутное
вымысел	факт
интуиция	рационализм
переживание	доказательство
эмоция	аргументация
новация	стандарт
автор	скриптор

Данный перечень дихотомий носит сугубо условный характер, никак не означающий, что в ХТ нет понятий, а в МТ нет образов. Отнюдь. Просто подобный перечень дает представление об идеальном векторе движения ЭИ в каждом из видов коммуникации.

Таким образом, миссию художника слова можно редуцировать (естественно, что опять-таки условно, схематизируя ситуацию в целях настоящего исследования), можно свести к стержневому пред-

назначению: творить Красоту, поставив во главу угла образное воссоздание многообразия жизненного мира и внутреннего мира человека, при этом перспективой ЭИ будет бесконечная самоактуализация индивида и социума. В таком случае редукцией для МТ будет создание адекватной картины мира, где перспектива будет примерно той же, что и в ХТ. Но данный тезис нуждается в уточнении.

2. Эстетический идеал в публицистическом произведении

Во многих случаях публицистика может стать ипостасью литературного творчества, может опираться на образно-метафорический арсенал искусства слова. Сходны, но не идентичны и мировоззренческие установки художника и репортера. Идеал в его атемпоральном инвариантном функционировании, как правило, един. Это триада абсолютных ценностей (добро, истина, красота) плюс различные групповые и индивидуальные предпочтения (свобода, достаток, слава и т. д.). Но профессиональное целеполагание у авторов МТ иное. Журналистика – это кропотливая борьба за точность мысли. ЭИ в этой сфере деятельности определен ее документальной сущностью, требованием кратко и эффектно доказать не только правдоподобие, но и первичную достоверность сообщения. В отличие от ХТ, в МТ значительно выше цена цифры, статистики. Красота аргумента здесь перевешивает красоту метафоры. Глубина знаний, эрудиция стоит на одном из первых мест в системе профессиональных компетенций.

Рассмотрим в качестве примера реализации ЭИ в аналитической статье «Russia: why Magnitsky matters, even to hard-headed investors» (Почему дело Магнитского так значимо для инвесторов), опубликованной в газете «Файненшл таймс» (далее – «ФТ») 7 марта 2013 года. Ее автор – известный журналист и финансовый аналитик «ФТ» Стефан Уэгстил (Stefan Wagstyl). Текст дается с минимальными сокращениями:

By curious coincidence, Russia is prosecuting a dead man on the 60-th anniversary of Stalin's death. Just days after the commemoration of the Soviet leader, the trial is due to start on of Sergei Magnitsky, the lawyer who died in a Moscow jail after accusing officials of fraud. It perverts the law in a way which even the ruthless Georgian did not attempt. But Stalin would have appreciated the idea: like his show trials, it is a demonstration of power, not of justice. Many foreign investors will say this has nothing to do with them. They are wrong. It has.

Indeed, Russian prosecutors have established a direct connection with the investment world by naming as Magnitsky's co-defendant his former client, Bill Browder, a UK-based American fund manager, who was once the biggest investor in Russia. Browder's troubles began after he criticised the management of Gazprom, the state-run gas monopoly. He was denied entry into Russia and put under investigation by interior ministry officials whom he and Magnitsky later accused of involvement in a \$230m tax fraud.

Magnitsky was arrested and pressed to withdraw his claims, which he refused to do and died in jail. His family was

then shocked to learn that the dead lawyer was accused of tax evasion in 2001-2002. Browder was named as a co-defendant in the case which is to go ahead later this month despite the absence of both men. To add to the legal complexities, Browder was this week separately accused of illegally obtaining Gazprom shares worth \$70m in 2001-2004.

Could this happen to anyone else? No, say the Russia bulls. Browder was uniquely persistent in pursuing Gazprom and ignored warnings to back off. He, like most other investors, knew that there is no equality before the law in Russia. He should have known better. And he should never have allowed his Russian lawyer to be left to the tender mercy of the authorities.

Anybody investing in Russia, say the bulls, should recognise the country for what it is – an imperfect place in which foreigners should proceed with caution, not least in publicly giving advice to the rich and powerful when they don't want it (as Browder did with Gazprom). As the economy modernises and the legacy of Soviet rule fades, say the bulls, Russia will become a more law-abiding country. In the meantime, Russia needs to develop – and there is money to be made in giving it every assistance.

The bears say no. Browder was simply doing his job as an activist fund manager at his company Hermitage Capital. He was entitled to expect the protection of the law both for himself and for those working with him, including Magnitsky.

If Russia is to modernise and develop as the bulls suggest, foreign investors need to play their part in pressing for change, both at the company and the national level. In any case, even if Browder and Magnitsky did infringe the law (which Browder denies), the lawyer should not have died in jail. His family claim he was mistreated and was refused medical treatment.

What's the conclusion? For foreign investors wanting to do business in Russia despite the shadows cast by this tragic affair, there are important lessons.

First, only pick fights you have a chance of winning. David v Goliath was an exception, as Browder discovered to his cost. Next, make sure that your business operates legally at all times. The Browder case shows that officials guard their files and can confront you a decade after the alleged offence. Russian law has sometimes struggled to keep pace with the demands of modern commerce but it cannot be ignored.

Also, while the law is growing in its reach and usefulness, the courts don't have the last word in Russia. The Kremlin does. As the stakes in any legal dispute get bigger, so does the danger that it might touch on the interests of powerful officials. Understand your limitations. And, where necessary, cut your losses.

Royal Dutch Shell did as much when it bowed to pressure from Gazprom in 2006 and, together with other foreign partners, handed over control of the Sakhalin-2 gas project. If one of the world's most powerful companies can bend in the wind, so can others. Finally, lobby your own government to press Russia to improve the rule of law. The US has rightly passed the Magnitsky Act, which imposes visa restrictions and asset freezes on officials allegedly involved in the lawyer's death. The EU, which is discussing similar measures, should follow suit with sanctions of its own. This isn't interference in Russia's internal affairs. It's a matter of protecting basic human rights, including the right to life and the right to a fair trial. Russia, after all, ratified the European Convention on Human Rights in 1998. Nothing about posthumous trials in there.

Вот перевод статьи, напечатанный на сайте ИНОСМИ. ру:

По случайному совпадению Россия продолжает вести судебные разбирательства в отношении мертвого человека в 60-ю годовщину смерти Сталина. Всего через несколько дней после чествования советского лидера начнется суд над Сергеем Магнитским, адвокатом, обвинившим чиновников в мошенничестве и позже скончавшимся в московской тюрьме. Это дело представляет собой такое извращение буквы закона, на какое не был способен даже безжалостный грузин. Но Сталину эта идея понравилась бы: подобно его коротким судам, это разбирательство станет демонстрацией силы, а вовсе не справедливости. Многие иностранные инвесторы могут подумать, что это дело не имеет к ним никакого отношения. И они ошибаются. Имеет.

Дело в том, что действия российской прокуратуры напрямую затрагивают инвестиционный мир, поскольку соответчиком по этому делу проходит бывший клиент Магнитского Билл Браудер (Bill Browder), живущий в Великобритании американский руководитель фонда, который в прошлом был крупнейшим инвестором в России. У Браудера начались проблемы после того, как он подверг критике руководство «Газпрома», государственной газовой монополии. Ему запретили въезжать в Россию, а чиновники Министерства внутренних дел, которых он и Магнитский позже обвинили в причастности к налоговым мошенничествам, начали в отношении него расследование.

Магнитского арестовали и попытались заставить его отозвать свои обвинения, однако он отказался это сделать, после чего скончался в тюремной камере. А позже его семья с ужасом обнаружила, что мертвого адвоката обвиняют в уклонении от налогов в 2001-2002 годах. Браудер стал консультантом в этом деле, слушания по которому начнутся в марте в отсутствие обоих обвиняемых. Еще больше ситуацию усложняет то, что на этой неделе против Браудера было выдвинуто еще одно обвинение в незаконном присвоении им акций «Газпрома» на сумму в 70 миллионов долларов в 2001-2004 годах. Могло ли такое случиться с кем-либо еще? Нет, утверждают быки (биржевой слэнг: инвесторы, зарабатывающие на повышении стоимости ценных бумаг - прим. перев.). Браудер оказался чрезвычайно настойчивым в своих преследованиях «Газпрома» и проигнорировал все предостережения. Он, как и большинство инвесторов, хорошо знал, что в России нет понятия равенства перед законом. А ведь ему следовало об этом задуматься. И ему нельзя было ни в коем случае допускать того, чтобы его адвокат оказался в руках властей.

Быки утверждают, что любой человек, инвестирующий в России, должен принимать страну такой, какая она есть: это несовершенная система, внутри которой иностранцы должны вести себя осторожно и не пытаться публично давать советы богатым и влиятельным людям, когда те этого не просят (что Браудер и сделал с «Газпромом»). Когда произойдет модернизация экономики, а наследие советского режима останется в прошлом, как считают быки, Россия станет более законопослушной страной. Однако в настоящее время России необходимо развиваться, и на помощи в ее развитии можно заработать хорошие деньги.

Медведи с этим не согласны. Браудер просто выполнял свою работу, будучи руководителем фонда Hermitage Capital. Он ожидал, что закон защитит его самого и тех людей, которые на него работают, в том числе Магнитского. Если Россия развивается и модернизируется, как утверждают быки, иностранные инвесторы тоже должны настаивать на измене-

ниях, как на уровне своих компаний, так и на национальном уровне. В любом случае, даже если Магнитский и Браудер нарушили закон (а сам Браудер это отрицает), адвокат не должен был умирать в тюрьме. Его семья уверена, что в тюрьме с ним жестоко обращались и что ему отказали в медицинской помощи. Какие можно сделать выводы? Иностранцам инвесторам, которые хотят вести бизнес в России, несмотря на тень, отбрасываемую этим трагическим делом, стоит усвоить несколько уроков. Во-первых, вступайте только в те споры, которые вы в состоянии выиграть. Битва Давида и Голиафа – это исключение, как недавно выяснил Браудер. Во-вторых, убедитесь в том, что все ваши действия абсолютно легальны. Случай Браудера доказывает, что чиновники долго хранят папки с делами и могут выступить против вас спустя десятилетие после предполагаемого преступления. Покой российское законодательство предпринимало попытки не отставать от требований современного бизнеса, но его нельзя игнорировать. Кроме того, хотя законы в России становятся все более современными, российские суды, тем не менее, не располагают правом последнего слова. Последнее слово всегда за Кремлем. С ростом ставок в любом правовом споре увеличивается опасность того, что этот спор может затронуть интересы влиятельных чиновников. Нужно хорошо представлять себе границы. И там, где это необходимо, вовремя прекратить заведомо проигрышный спор.

Компания Royal Dutch Shell так и поступила, когда в 2006 году она уступила под давлением «Газпрома» вместе с другими иностранными партнерами и передала ему контроль над газовым проектом «Сахалин-2». Если одна из крупнейших мировых компаний может уступить под давлением, другие тоже способны это сделать. Наконец, убедите правительство своей страны заставить Россию усовершенствовать законодательство. США предприняли верный шаг, приняв закон Магнитского, согласно которому чиновникам, предположительно виновным в смерти адвоката, запрещается въезжать в США, а их счета замораживаются. Евросоюз, где сейчас обсуждается возможность введения подобных мер, тоже должен выступить со своими собственными санкциями. Это не вмешательство во внутренние дела России. Дело здесь в защите основополагающих прав человека, в том числе права на жизнь и право на справедливый суд. В конце концов, Россия ратифицировала Европейскую конвенцию о защите прав человека в 1998 году. И в этой конвенции нет ни слова о посмертном судебном преследовании.⁶

Сразу же можно констатировать различие стилей в ХТ и МТ. В процитированном тексте мало тропов и явно экспрессивных приемов полемики. Стиль изложения деловит, намеренно суховат, далек от риторики и эмоциональности публичных политиков. Стандартная литературная лексика преобладает, синтаксис правильный, неяркий. Единственный броский риторический прием можно увидеть в синтагме о соотношении судебной и исполнительной властей в РФ: *Also, while the law is growing in its reach and usefulness, the courts don't have the last word in Russia. The Kremlin does.* Нарратив явно нормирован, скучноват, статья не для широкой публики. Но это аналитическая публицистика, пусть и спорная по духу, заурядно-привычная по масштабности мысли.

Понять полный смысл и художественное своеобразие данного текста можно только в контексте политического и юридического дискурсов, порожденных смертью адвоката Сергея Магнитского. Смерть всегда служит поводом для обобщений. Факт смерти легко подтвердить, это первичное событие в цепи следующих атомарных фактов и вторичных событий, синтезирующих различные контексты. Подтекстом МТ о смерти Магнитского, как известно, были факты грубейших нарушений прав человека в РФ, о чем говорит хотя бы скандал в тюрьме под г. Копейском. А были и всплывшие, несмотря на усилия чиновников, сообщения о пытках Л. Развозжаева в Иркутске, смерти в СИЗО г. Воронежа, смерть заключенного в Татарстане после бесчеловечных издевательств полицейских.

Часть подобной информации журналист Уэгстил сообщает в своем нарративе-перечислении, напоминая, что Магнитского арестовали за разоблачения многих важных лиц и попытались заставить его отозвать свои обвинения, а потом адвокат-критик «Газпрома» и всей российской бюрократии умер в СИЗО при странных обстоятельствах, которые не были до конца прояснены. Фоновая информация, о которой автор молчит, касается судебных тяжб родственников и членов оппозиционного Координационного совета, требующих наказания чиновников, не защитивших права человека. Журналист исходит, как нам представляется, из того, что иные статьи о Магнитском были на слуху, детали конфликтного дела комментировались ранее.

Стефан Уэгстил не скрывает своей позиции: он не доверяет официальным отчетам, решительно не верит стражам порядка и властям РФ, спорит с нашей судебной системой. Он на стороне Магнитского, поэтому его анализ событий предвзят, но факты, которые он приводит в статье, заслуживают доверия в той части, где речь идет об ухудшении инвестиционного климата, вызванного преследованием защитников погибшего адвоката. Тем более что авторитет «ФТ» в сфере экономики непререкаем, в РФ нет таких изданий, хотя и есть достойная деловая пресса («Коммерсантъ», «Деловые вести» и т. п.). Все экономические издания в РФ с тревогой освещают тенденцию ухода Запада из страны. Бизнес чутко реагирует на призывы властей. Он идет туда, где уважают закон. Все, кто знает о кризисе в РФ, говорят об усыхании потока инвестиций и огромном оттоке денег в оффшоры и в более привлекательные регионы планеты. С. Уэгстил, избегая излишней эмоциональности и почти не прибегая к тропам, пишет:

In any case, even if Browder and Magnitsky did infringe the law (which Browder denies), the lawyer should not have died in jail. His family claim he was mistreated and was refused medical treatment. В любом случае, даже если Магнитский и Браудер нарушили закон (а сам Браудер это отрицает), адвокат не должен был умирать в тюрьме. Его семья уверена, что в тюрьме с ним жестоко обращались и что ему отказали в медицинской помощи.

Эта фраза, на наш взгляд, концентрирует в себе энергию ЭИ автора, энергию экспрессивного аргумента, понимаемого подготовленным читателем. Можно не принимать аргументацию обозревателя «ФТ», можно не любить журналиста, который отстаивает свое понимание истины, опираясь на субъективные логические аргументы и на неverified фактические доказательства. Красота логического аргумента такова, что читателя не возникает желания перепроверять слова автора. Искренность интонаций компенсирует нехватку сведений. Между тем, если взять статьи о деле Магнитского в российской прессе, картина мира, того мира, где живет средний потребитель медиапродукции, будет иной. Наши СМИ были слишком сдержанны, комментаторы очень робко сообщали о смерти адвоката, прячась за маску мнимой объективности. Западный журналист не является врагом или даже идейным оппонентом РФ. Он так же, даже еще резче писал и о Польше, о Восточной Европе в целом, одинаково сердито отзывался о Ющенко и Януковиче. Красота его МТ в знании деталей международного бизнеса. Это и позволяет судить о параметрах его ЭИ, важного репрезентанта медийности в целом.

Журналист полемизирует с невидимой силой. Он не обвиняет власть РФ только ради полемики или пропаганды, а ссылается на нормы международного права, на бесспорные факты. Он спорит, показывая лицемерие властей, подписавших массу документов, но легко нарушающих самые элементарные права граждан. Это обвинение в адрес тюремной системы следует признать истинным, что подтверждается и судебным разбирательством, решениями отечественного суда, частично наказавшего виновных в смерти заключенного. Акт Магнитского, вопреки протестам российских властей, признан справедливым соответствующими международными организациями и большинством правительств стран ЕС. Естественно, автор статьи упоминает о таких противоречиях не бесстрашно. Эмоциональность тона автора МТ не мешает ему утверждать юридическую, а еще больше человеческую, этическую истину. Защищая жертву системы, автор искренне хочет помочь улучшить ситуацию в нашей стране, поэтому образ автора можно трактовать как собирательный образ западной интеллигенции, не заинтересованной в укреплении позиций авторитаризма. Его ЭИ овеян мечтой о социальной гармонии.

ЭИ данного материала также питает такая особенность публицистики, как историзм, память о прошлом российских судов, начиная со времен Сталина. Параллель между сталинской и путинской формой интерпретации Закона позволяет еще раз задать вопрос о зависимости судов от политики, о телефонном праве. Непредвзятую читателю легко согласиться с автором МТ, когда тот заявляет:

It's a matter of protecting basic human rights, including the right to life and the right to a fair trial. Russia, after all, ratified the European Convention on Human Rights in 1998. Nothing

about posthumous trials in there (Дело здесь в защите основополагающих прав человека, в том числе права на жизнь и право на справедливый суд. В конце концов, Россия ратифицировала Европейскую конвенцию о защите прав человека в 1998 году. И в этой конвенции нет ни слова о посмертном судебном преследовании).

Концовка статьи отсылает к идущему в Москве заочному судебному процессу над бизнесменом У. Браудером, которого обвиняют в мошенничестве. Как и Магнитский, он официально объявлен преступником, что используется для дискредитации оппозиционного движения. Контекст статьи таков, что ее смысл становится более ясен не столько после анализа недоверия западного бизнеса к коррумпированной системе в РФ, сколько после обращения к проблемам внутривластной борьбы. Магнитский мертв, но обвинить его надо ради очернения тех, кто его защищал. Властные структуры кровно заинтересованы в превращении образов оппозиционеров в пугала, в идеологическую страшилку. Журналист не говорит об этом открыто, но подтекст МТ именно таков. Реализацией ЭИ публицистики выступает в статье основной тон автора, тон сдержанного протеста против произвола чиновничье-полицейского государства. Интонация спора, осуждение произвола ощутимы уже в первой фразе МТ: *By curious coincidence, Russia is prosecuting a dead man on the 60-th anniversary of Stalin's death. Just days after the commemoration of the Soviet leader, the trial is due to start on of Sergei Magnitsky, the lawyer who died in a Moscow jail after accusing officials of fraud.* Косвенно-оценочные суждения автора, отсутствие патетики в стиле выражают установки журналистики фактов. Есть событие, есть комментарий, оценку выносит читатель. Данный МТ показывает очевидную разницу ЭИ в литературе и публицистике: в первом случае преобладает образно-метафорический спор о ценностях, во втором – анализ факта отодвигает метафорику на второй и даже на третий план.

Дискурс, связанный с делом Магнитского, служит хорошей лакмусовой бумажкой всего медийного пространства в РФ.

Таким образом, в качестве промежуточного вывода можно констатировать наличие ассиме-

тричного сходства и различия в реализации идеальной модели текста в сфере искусства и в сфере масс-медиа. Идеал ХТ уходит в область, которую мы предлагаем условно обозначить как «фикциальность», а идеал журналистского текста коренится в глубинах документальности. Между этими полюсами лежит огромное число реальных сочетаний, которые на практике и порождают все многообразие самоорганизующихся МД. Диалектика факта и вымысла в СМИ такова, что сразу возникает проблема истины, о чем надо говорить отдельно.

г. Воронеж

Литература:

1. Больц Н. Азбука медиа / Н. Больц. – М.: Европа, 2011. – 136 с.
2. Добросклонская Т. Медiateкст: теория и методы изучения / Т. Добросклонская // Вестник Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2003. – № 2. – С. 37-42.
3. Зверев А. М. Любовная размолвка с бытием / А. М. Зверев // Р. Фрост. Стихи / [сост. Ю. А. Здорова]. – М.: Радуга, 1986. – 412 с.
4. Поэзия США / [сост. А. М. Зверев]. – М., «Художественная литература», 1982. – 523 с.
5. Философская энциклопедия. – Т. 2. – М., 1962. – 602 с.

Примечания:

1. Философская энциклопедия. – Т. 2. – М., 1962. – С. 195.
2. Там же.
3. Там же.
4. См.: Поэзия США / [сост. Зверев А. М. Зверев]. – М., «Художественная литература», 1982. – С. 589. Далее переводы стихов Фроста, кроме оговоренных случаев, цитируются по данному изданию.
5. Цит по: Зверев А. М. Любовная размолвка с бытием / А. М. Зверев // Р. Фрост. Стихи / [сост. Ю. А. Здорова]. – М.: Радуга, 1986. – С. 29.
6. <http://inosmi.ru/russia/20130309/206773064.html#ixzz303059had>



Пафос новизны

О стратегии журнала «Вестник НГУ. Серия История, Филология»¹

Новосибирский государственный университет давно известен как крупный научный центр, придающий принципиальное значение филологии и журналистике. Номер Вестника НГУ, посвященный проблемам масс-медиа и завершающий 2013 год, дает хороший повод поговорить как о научных делах, так и о наших связях с учеными Сибири, о константах в филологических студиях и обновлении традиций в гуманитарном знании. Редколлегия, возглавляемая И. В. Высоцкой и включающая в свой состав таких известных ученых, как Ю. В. Шатин, И. В. Силантьев, Н. В. Куксанова, а также редакционный совет данной серии, возглавляемый акад. РАН В. И. Молодиным, нацелены на обновление методологического репертуара издания, на расширение круга авторов, что обеспечивает идейную конкурентноспособность научного дискурса и позволяет говорить о новизне большинства тем и материалов.

Прежде всего, обращаясь к сборнику статей разных авторов, хотелось бы сказать о внутреннем единстве номера: он посвящен проблемам истории и теории журналистики, деятельности работников медиасферы, рассматриваемой абсолютным большинством авторов в качестве связующей и объединяющей общественной силы, причем функционирование СМИ анализируется в более широких, чем прежде, филологических и социокультурных контекстах, в новых мировоззренческих фреймах. Не случайно, думается, в заголовке одной из статей рецензируемого сборника (см. статью В. Е. Васиной) мелькнуло слово-знак, слово-термин «философскоцентричный», ставший смыслообразующим и в статьях У. И. Зайцевой («Диалогичность как понятие в контексте массовой коммуникации. Историко-философский аспект») и М. А. Деминовой («Медийная коммуникация: преодоление времени и пространства»). Прочитанные работы показывают ситуацию, когда массовые коммуникации, особенно в современном мире, стали цементом глобального культурного истеблишмента, а коммуницирование в сфере масс-медиа все чаще типологизирует особенности человеческого общения с помощью новейших коммуникативных и коммуникационных технологий. При этом возникает масса социальных и психологических проблем, порожденных новой, «технотронной» (З. Бжезинский) эрой и ее журналистикой.

Взять хотя бы статью украинской коллеги Э. Г. Шестаковой «Медiateкст и проблема социального забвения». Здесь уместно выражение «обновление традиционной темы», т. к. в статье дана

реинтерпретация дилеммы, которая решалась в социальной психологии давно (напр., кн. А. Лурия «Маленькая книжка о большой памяти» или кн. Т. Зинченко «Память в экспериментальной и когнитивной психологии»), однако в теории журналистики тема забвения и утраты коллективной памяти была как-то упущена. Писали о СМИ как историческом спецхране, об отсевах мелочей, но не об утрате интереса к «взвешиванию» событий, претендующих на место в истории. И действительно, память культуры очень прихотлива, ее медийная составляющая не может не привлекать внимания коммуникативистов. Автору этих строк в процессе многолетнего преподавания зарубежной литературы приходилось регулярно сталкиваться с неизбежным массовым «забыванием» даже значительных писателей прошлого (Дж. Чосер, Дж. Донн, Дж. Элиот, Р. Бриджес, С. Крейн, Э. М. Форстер и многие другие). Что же говорить о медийных текстах, фиксирующих мимолетное и повседневное?! Кто, кроме ученых и краеведов, читает прошлогодние газеты!? Вчера еще СМИ обсуждали смерть Ясира Арафата, а сегодня об этом выдающемся политическом деятеле вспоминают у нас лишь специалисты. Опрос студентов журфака по теме «События в бывшей Югославии» показал, что немногие знают Слободана Милошевича, студенты не помнят обстоятельства смерти этого лидера. Еще недавно гремели имена Б. Ельцина и Ю. Лужкова, а скоро о них будут писать с обязательным пояснением: кто, мол, и откуда...

Э. Г. Шестакова справедливо пишет о СМИ как «информативной памяти» (Ю. Лотман) нации, как о «лакмусовой бумажке» процесса «социального забвения» (с. 32), подчеркивая, что медiateкст делает явление социального забвения «предельно осознанным фактом современности, предметом осмысления, блокируя тем самым возможность для его, социального забвения, осуществления» (с. 33). Правда остается неясным, как же и что же медийный текст (далее – МТ) «вдалбливает» (или, говоря на сленге профессиональных репетиторов, «задриливает») в головы рядового потребителя. Автор обещает продолжить интересный разговор. Будем ждать.

Думается, МТ как воплощение невыдуманного (фактуального) нарратива о незастывшей современности в наше время перенасыщен деталями о второстепенных событиях и фактах. Тина мелочей мешает за деревьями увидеть лес, обобщить тенденции развития общества, запомнить главное, неохладевающее. Журналисты в условиях

рыночной конкуренции по сути обязаны скользить по поверхности жизни в погоне за утекающим временем, не погружаясь в мотивы поступков и свершений. МТ не может тягаться с художественным текстом там, где речь идет о психологии человека, не может тягаться с научным текстом там, где речь идет о глубине познания социальных явлений. Но он может репрезентировать типовые жизненные ситуации в сфере каждодневного опыта. Журналисты – это эксперты обыденной жизни-рутины. По долгу службы они создают памятник моменту, мигу истории, поспешая за событиями, а отсюда и неизбежность забвения того, что еще недавно было ярким и важным. Возможности среднего мозга не безграничны, рядовой потребитель запоминает и некоторое время хорошо помнит 2-3 события за день, 5-6 за неделю, 10-15 за год, остальное существует в подсознании. Люди в массе своей не хотят перегружать свой мозг чужими заботами. Отсюда и психологическая реакция защиты от ненужной информации: узнать и забыть! Властные элиты стараются формировать повестку дня в нужном для себя русле, фильтруя информацию и расставляя акценты, чтобы запомнили, что Чечня – это не кровь невинных жителей, а спасение России, что Норд-Ост – это не сотни людей, погибших от газа и недомотра, а борьба с терроризмом. А то ведь, если хорошая память, обществу надо будет думать, почему и зачем московский школьник угробил учителя и полицейского... А там и до больших вопросов о легитимности власти недалеко...

Заметен философский подход и в статье В. Д. Мансуровой «Сервильная журналистика»: на грани социального», причем здесь речь идет не только об этике профессии, но и о массовой психологии потребления эмоций и переживаний. Отталкиваясь от идей Ж. Бодрийара и С. Жижека, автор статьи о сервильности отечественных журналистов обсуждает парадоксы потребления «эскорт-услуг» (с.46-47) второй древнейшей профессии, уводящей потребителей от установок «социальности» и гуманизма к типу «неявной», имплицитной социальности (с.47), уводящей потребителя благ, в том числе и информационных, в мир иллюзий и потребительских идеалов. Правда, обсуждая идеи Г. Янса (в частности, его статью «Продажный журналист – это звучит гордо»), можно было бы четче разграничить продажность и продаваемость. Г. Янс, думается, защищает идеи журналистики-ремесла, которое должно продаваться, а В. Мансурова пишет больше о предательстве недобросовестных журналистов, не выполняющих свой долг, забывших о миссии. Говоря о событиях в политике, эту же мысль выдвинул на страницах обсуждаемого издания и автор этих строк.

Конечно же, упомянув о новизне всего выпуска журнала из НГУ, посвященного анализу различных граней медийных текстов, следует отметить и работу тамбовской исследовательницы Е. А. Зверевой, многие годы отдавшей изучению зарубежных и отечественных журналов. Ее статья «Новые

медиаформаты трансляции контента журнальных изданий» посвящена анализу нетрадиционных форм бытования журнальной продукции, сетевым проектам, использованию i-Pad-платформ и т. п. Новизна материала усиливается новизной взгляда исследовательницы, метод которой хочется назвать информационно-культурологическим, близким к концепциям воронежских ученых, пишущих о медийном модуле в эпоху Постмодерна. Постмодернизм принес с собой абсолютизацию принципа игры, что отразилось и в журнальном бизнесе. Глянец с его игровой и релятивистской философией потребления и хорошего стиля жизни, как показала Е. Зверева, быстро освоил «интерактивный механизм» (с. 54). Сети и в частности активно эксплуатирует социальные сети, он-лайн форматы, что позволяет получать прибыль без назойливой рекламы. Гедонизм, будучи доминантой мотивацией основного сегмента аудитории глянцевого издания, не отменяет социальной идеологии данного типа прессы. Конечно, удовольствие является ключевым словом при обсуждении контента таких журналов, как «Гламур», «Космополитен» и т. п., но есть в МТ этого ряда и полезная общественная составляющая, которая не дает нам права огульно обличать, а тем паче отвергать с порога данный вид массовой культуры. Как и В. Д. Мансурова, Е. А. Зверева видит опасность фетишизации консьюмеризма (отсюда и модификация – «просьюмеризм»), но в то же время мудро советует подробнее изучить явление, имеющее столь обширную аудиторию. Тамбовская школа анализа СМИ отличается диалектическим подходом к МТ. Филологический взгляд на тексты желтой прессы, на стиль глянцевого журнала, позволяет видеть в них ресурсы экспрессивности и креатива.

Кстати, об особенностях стиля СМИ часто говорят и ученые из Кемерово. В рассматриваемом сборнике это статья О. Г. Орловой «Авторская дискурсивная модель публицистики о России (Э. Бери)», напомнившая об интересных работах В. Е. Соломина о местных сетевых СМИ. Опираясь на филологические традиции, никак не утратившие своей действенности, все авторы сборника говорят о недостаточности сугубо социологического взгляда на МТ. Этот вывод звучит в подтексте исследований Т. И. Стекловой, О. В. Фокиной, С. В. Мошковой и других.

В этом же методологическом ключе написаны статьи москвички С. Л. Уразовой и воронежской исследовательницы О. В. Пинчук. В них новейшие технологии анализируются в связи с проблемами медиаобразования, самовоспитания молодежи и практического использования результатов цифровой революции в СМИ. Так, например, С. Л. Уразова верно отмечает: «Цифровые технологии, обеспечивающие расширение информационного пространства как в национальном, так и в глобальном охвате, и современная цифровая техника в виде различных мобильных устройств, позволяющих нашему современнику включаться в потоки

информации в реальном времени и независимо от местонахождения, все больше утверждаются в повседневности» (с. 40). Понятен и алармистский пафос названных авторов. Угроза для СМИ есть. В-первых, неподготовленный потребитель все чаще становится автором, вытесняя профессионалов, а во-вторых, смена ориентиров в масс-медиа ведет к усилению пиара и манипуляции, что заставляет авторов рецензируемого Вестника «бить в рельсу» и напоминать об исконном предназначении журналистики.

О необходимости вспоминать заветы профессиональной журналистики говорят и новосибирские авторы Н.Н. Морозова и Н. Б. Симонова, обратившиеся к опыту русской газеты отдаленного прошлого. Как и известный тюменский историк СМИ Ю. Л. Мандрика, они сравнивают газеты крупных городов и провинциальные издания, опираясь на историко-культурный подход, но это уже не тот подход, который присущ аналитикам прошлых лет (Б. И. Есин и др.). Сегодня анализ прошлого увязывается с культурологическим укрупнением объекта, что усиливает антропологическое звучание темы местной печати в истории СМИ России. Н. Н. Морозова и Н. Б. Симоно-

ва дали прекрасный образец работы с архивными материалами, переключаясь с украинскими авторами в диалоге о сохранении культурного наследия и великой медийной традиции славянских народов.

Пожелания редакции и авторам самые простые: надо чаще встречаться! Обмен идеями обогащает всех. Споры возможны и полезны, но истина рождается и в сопоставлении самих идей и подходов в ходе очного или заочного диалога. Хотелось бы пожелать новых творческих успехов сибирским коллегам, с которыми воронежцы были всегда в дружбе.

В. Хорольский

Примечание:

1. Вестник НГУ. Серия : История, филология. Т. 12. Вып. 10. – Новосибирск, 2013. Далее в нашем тексте в скобках даны страницы цитат из данного сборника.



EDITORIAL

V. Tulupov

Professional standards in journalism: improving the quality of work or a contract with the government? 2

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

A. Issa

Analysis of publications in 'International life' journal in 2012. Problems of arab countries. 4

Abstract: The article presents the analytical review of the publications in «International life» journal devoted political and economic problems in the arabic countries during the year 2012.

Key words: Journal, publication, problems, arab countries, arab spring.

A. Bykadorova

Application frame analysis in the study of media 8

Abstract: Frame analysis is a new method in the media research. Russian media may be analyze with methods of technical sciences. The author talk about term "frame" and specificity of media's frame analysis.

Key words: frame, frame analysis, media.

N. Diveeva

The impact of information technologies on the creation of new forms of science popularization 12

Abstract: Article is devoted to analysis of using information technologies in the creation of popular science texts and images. The author speaks about the predominant role of visualization and using of computers digital technologies for contemporary science popularization.

Key words: Text, science popularization, new information technologies, visualization.

S. Strashnov

Some principles and experiences of media phenomenons' monographic analysis 16

Abstract: This article contains reflections about one of the most popular types of learning journalism, as well as examples of specific parses of work in the media on several local levels.

Key words: monographic analysis, publication, issue, topic, genre, creative manner.

G. Timofeeva

The Literary Blogs as an Intermediate Form between Literature and Journalism 25

Abstract: The article is devoted to the analysis of the literature blogs. The objective of the study is to single out the elements of the Networked journalism. The author gives the definition of 'Networked literature', describes its main features. This phenomenon has some specific features that are described in the article. Formulation of the issue led to a comparison of the Networked journalism and Networked literature.

The study of genre peculiarities allows conducting a multi-level comparison of the Networked literature and the Networked journalism. Such approach gives a new understanding of the blog's literature phenomenon. Many aspects of this phenomenon are still not sufficiently studied and require further study.

Key words: Networked literature, literature blogs, Networked journalism, literary blogs, blogosphere, genres.

STUDENTS' EXPERIENCE

V. Levshakov

TV journalism in terms of military conflict: some aspects 31

Abstract: *The article dwells on information wars through the example of contemporary articles of the authors who took an active part in presenting war conflicts***Key words:** *television journalism, military conflict, information war.***E. Tyurina**

Social Journalism: Can modern media be helpfull for the reader? 34

Abstract: *The article dwells on the problems of social journalism. The journalism designed to help is known to be social.***Key words:** *social journalism, investigations, readers, citizens, власть, civil officers, journalism efficiency*

METHODOLOGICAL PART

V. Oleshko

Master's thesis: scientific research or generalization of the practice? 38

Abstract: *The article considers a controversial problem of defining the specific nature of the master's thesis (and its difference from the bachelor's thesis and the graduation thesis)***Key words:** *специализм, bachelor, Master, graduation thesis, bachelor's graduation thesis, master's thesis*

DIGEST 43

ART

M.A. Salikh

Media and Art of Iraq as a factor of aesthetic education of students 63

Abstract: *The article dwells on media educational potential of artistic Arabic discourse. It is stressed that while preparing students for design work we need use aesthetic traditions of ancient Iraq.***Key words:** *aesthetic traditions, aesthetic education, mass media, decorative art, science and popular journalism, fresco art.***V. Khorolsky**

Media-art discourses in the media and the problem of the aesthetic ideal 69

Abstract: *The article deals with media texts ideals in comparison with literary texts. Mediality and artistry are investigated in their interrelation, the method of analyses being based on informational and cultural analyses of media texts and discourses.***Key words:** *aesthetic ideal, literature, mass media, mediality, artistic mode, journalism.*

ACADEMIC LIFE 76