

ББК 76
А 38

**Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати**



АЛЬМАНАХ

Выпуск 3-4 (122-123)
2014

**Редакционная
коллегия:**

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

ISBN 5-900955-02-8

Корректоры – Т. Коновалова,
А. Князева

© Факультет журналистики
Воронежского
государственного
университета.

Подписано в печать
25.07.2014. Тираж 150 экз.

Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА

В. Тулугов

Гильдия аналитических журналистов: хроника деятельности
и событий 2

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

В. Вершинин

Цифровые издания как новая платформа для
экспериментального моделирования прессы
(на примере проекта «Зеленый Марс») 9

А. Гурко

Использование объектов авторских и смежных прав
в деятельности интернет-радио и интернет-телевидения.. 12

И. Пархоменко

Художественная платформа различных типов средств
массовой информации..... 16

А. Черваков

Между оппозиционностью и деструктивностью:
к проблеме установления критериев социальной
ответственности политического журналиста..... 20

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Е. Ткачева

История третьей волны эмиграции из СССР в зеркале русской
прессы в Нью-Йорке (на материале «Колонок редактора»
С. Довлатова в газете «Новый американец»)..... 23

РЕКЛАМА И PR

А. Богоявленский

Хрущевпроп оттепели как «советский формат»
паблик рилейшнз. Статья 1. Н. Хрущев и его «измы» 31

МЕТОДИКА

Т. Павлова, Л. Сандлер

Лингвокультурологический подход к преподаванию
языка специальности в иностранной аудитории 37

СТУДЕНЧЕСКИЙ ОПЫТ

А. Лихачева

Образ русского человека в художественном и
публицистическом творчестве Ф. М. Достоевского 41

О. Мухин

Язык советских плакатов как средство обогащения
современной наружной рекламы 49

НА СТЫКЕ НАУК

А. Акопов

Общество потребления и общество спектакля в «Бойцовском
клубе» Чака Паланика 53

ДАЙДЖЕСТ..... 58

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ..... 61

СООБЩЕНИЯ 66

ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ 80



В. Тулунов Гильдия аналитических журналистов: хроника деятельности и событий

Скоро исполнится два года, как на факультете журналистики ВГУ была создана региональная общественная организация «Гильдия аналитических журналистов», главной целью которой является развитие аналитической журналистики как главного средства конструктивного, компетентного и ответственного общественного диалога (миссия ГАЖ звучит так: «Усиление роли СМИ в качестве значимого социального института, «четвертой власти»»).

Задачи организации:

- Консолидация профессионального сообщества представителей СМИ, специализирующихся в сфере аналитической журналистики; консолидация профессиональных ресурсов и повышение творческого мастерства молодых журналистов.
- Повышение качества аналитической журналистики. Совершенствование профессиональных стандартов журналистского мастерства.
- Содействие профессиональной творческой деятельности воронежских журналистов, реализующих принципы свободы массовой информации, гарантии права граждан на оперативное получение всесторонней и достоверной информации через средства массовой информации.
- Совершенствование критериев социальной ответственности СМИ. Содействие укреплению общественного доверия к средствам массовой информации.
- Аккумуляция и распространение позитивного опыта творческого взаимодействия СМИ.
- Защита прав и свобод журналистов, их профессионально-творческих интересов, авторских прав и деловой репутации.
- Осуществление просветительской деятельности. Повышение информированности населения о политической, экономической, социальной, культурной и иных значимых сферах жизни общества.
- Содействие распространению в СМИ идеалов толерантности, демократии, уважения прав человека.

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

- Профилактика социально опасных форм поведения граждан. Содействие укреплению толерантности в обществе. Утверждение идеи недопустимости проявлений ксенофобии, национализма и экстремизма.

- Развитие институтов гражданского общества. Повышение уровня саморегулирования СМИ. Расширение взаимодействия СМИ с политическими партиями, общественными и религиозными объединениями, иными структурами гражданского общества. Формирование площадок для взаимодействия и обмена позитивным опытом социально направленной деятельности СМИ, общественных и религиозных объединений, иных структур гражданского общества.

В начале 2013 г. состоялось первое рабочее заседание некоммерческого партнерства «Гильдия аналитических журналистов», на котором представлена программа деятельности организации. В ходе заседания было отмечено, что подготовительный этап завершен и организация начала системную работу. Совет ГАЖ представил сборник «Современная публицистика» с образцами аналитических текстов от ведущих «перьев» области, ставший первым шагом на пути к достижению заявленной цели, - переводу аналитической журналистики на качественно новый уровень для включения журналистского корпуса в процесс социального управления. Однако, как подчеркнули выступающие, предстоит сделать несоизмеримо больше: превратить Гильдию в «площадку для взаимодействия и обмена позитивным опытом СМИ и различных структур гражданского общества».

Затем была принята программа деятельности Гильдии на ближайший год, предполагающая:

- реализацию издательских проектов, нацеленных на повышение качества аналитической журналистики;
 - осуществление образовательных проектов;
 - проведение фестивалей журналистского мастерства;
 - организацию серии круглых столов на тему взаимоотношений власти и СМИ и по проблемам региональной медийной повестки.
- Присутствовавший на собрании заместитель руководителя управления региональной политики правительства Воронежской области Андрей Чер-

ваков отметил, что региональные власти приветствуют вступление Гильдии в активную фазу деятельности, поскольку давно назрела необходимость в появлении общественной структуры, готовой взять на себя миссию по совершенствованию подходов к информационному сотрудничеству государственных структур и массмедиа. Как он подчеркнул, такое взаимодействие будет эффективным, если Гильдия проявит себя в активной, самостоятельной, полезной для журналистского сообщества деятельности.

Целевая программа ГАЖ «Содействие развитию независимой журналистики в Воронежской области в 2014 году», выигравшая правительственный грант, предложила целый ряд мероприятий: обучающие деловые семинары; круглые столы представителей медиасообщества и лидеров общественного мнения региона по проблемам общественно-политического, социально-экономического развития региона и взаимоотношений гражданского общества и власти; мастер-классы ведущих публицистов и организаторов журналистского процесса России. Было предусмотрено и предоставление гранта на публикацию материалов об общественных инициативах, имеющих социальный эффект и выводящих на новый уровень частногосударственное партнерство в регионе в независимых СМИ и на интернет-площадках, и др.

В Доме молодежи прошел круглый стол «Аналитическая журналистика: востребованность, реалистичность, жизнеспособность». Модератор мероприятия Андрей Коноплин (портал 360n), обозначив цели и задачи встречи (содействие развитию аналитической журналистики в регионе; разрешение противоречий между медиасообществом и ньюсмейкерами и др.), предоставил слово президенту ГАЖ.

Владимир Тулупов представил разработанный Союзом журналистов России пакет документов для экспертизы профессиональных стандартов работников СМИ (редактора СМИ, корреспондента, ведущего телевизионной программы и др.). Ведь если говорить о повышении качества аналитики, сказал оратор, то начинать следует с профессиональных и этических правил, и затем предложил обсудить необходимость введения профстандартов в практику повседневной работы.

Заместитель руководителя управления региональной политики областного правительства Андрей Черваков заметил, что взаимодействие между журналистами и властью было бы куда эффективнее, если бы строилось на основе четких профессиональных стандартов. Однако оценку их соблюдения должны давать независимые институты медиасообщества, способные взять на себя функцию арбитра в спорных ситуациях. «Есть ли смысл повышать открытость власти в ситуации, когда это

используется для дискредитации государственных институтов, а не для отстаивания общественных интересов?»

– Хочу разочаровать любителей заговоров, – сказал А. Черваков, – «черного списка» журналистов и СМИ нет, не было и не будет. Но, возможно, имеет смысл составить «белый» список тех, кто не занимается псевдоаналитикой и по-настоящему является профессионалом. Я думаю, что Гильдия вполне подходит на роль общественного арбитра, который мог бы определять меру следования профессиональным стандартам конкретным журналистом, конкретной редакцией. Кроме того он заметил: «Люди, которые занимаются псевдоанализом, требуют от власти открытости. Псевдоанализ микрирует под аналитику».

После этого замечания дискуссия оживилась, и слово попросили сразу несколько человек.

Редактор портала «4 пера» Константин Чаплин заметил, что в профессиональных стандартах для практических журналистов нет смысла, потому что они дублируют редакционные договоры. Он также сказал, что его задачи как редактора принципиально расходятся с задачами какой бы то ни было власти. И условно разделит аналитику, которую в настоящее время предлагают читателям СМИ, на две группы. Первая – западного образца, которую предлагает ИД «Коммерсантъ», РБК и прочие специализированные под бизнес издания: фактура + комментарии экспертов + вывод. Вторая – та, которую предоставляют читателям местные издания и интернет-блогеры, – публицистическая: анализ/объективная истина + убеждения (свои, партийные или редакционные). И то, и другое, по его мнению, является псевдоаналитикой. В первом случае – потому что на цифры, предоставляемые официальными источниками, полагаться нельзя, так как они сами по себе не являются независимыми структурами, а во втором потому, что субъективное мнение и личные предпочтения мешают объективности восприятия реального положения вещей.

– Так что же получается? У нас вся аналитика «псевдо»? – спросил В. Тулупов.

– Настоящая аналитика существует только в одной конторе, которую мы не будем здесь называть, – сказал К. Чаплин. – У них есть для этого возможности объективных социологических исследований. А поскольку ни у одной редакции таких возможностей нет, разговор надо строить только вокруг публицистической аналитики.

Владелец портала v-zasade Виктор Найхин (Беккер) согласился с К. Чаплиным и привел цитату Резерфорда о том, что наука делится на математику и коллекционирование марок, сравнив современную аналитику как раз с коллекционированием марок.

В. Тулупов попросил не уходить от темы в философию. «Нынешняя читательская аудитория, – сказал он, – не всегда подготовлена к восприятию глубокой аналитики, но если мы не будем пред-

лагать ей серьезную публицистику, мы не воспроизведем свою аудиторию, а окончательно ее потеряем».

К дискуссии подключился член Совета Гильдии А. Пылев, заявив, что серьезная аналитика не работает на массы и что необходимо провести социологическое исследование среди читателей на тему «Кому нужна аналитическая журналистика?».

– Мы должны знать: кто эти люди? Для кого мы работаем? Дай бог, если 20 % читателей наберется! – сказал он.

В. Тулупов предложил для начала между собой провести опрос, с чего каждый из присутствующих начинает читать прессу. Выяснилось, что в подавляющем большинстве – с авторских колонок, которые суть и есть публицистическая аналитика.

К. Чаплин предложил ввести в обиход термин «авторская аналитика» и сказал, что текст в формате авторской журналистики всегда является заказным, но это – соцзаказ, то есть заказ большинства читателей.

В. Беккер добавил, что аналитика может быть заказной, но часто за таковую принимают самангажированную аналитику, то есть ту, которая заказана автором самому себе. Многие читатели пытаются найти сторонний «заказ» там, где есть всего лишь личная позиция журналиста, от которой на практике избавиться невозможно.

В. Тулупов вернулся к идее обязательности профессиональных стандартов для всякого серьезного журналиста и то, что называется внутренним заказом, назвал той самой «миссией журналиста». «У каждой редакции своя позиция, – сказал он. – В свое время я радовался, когда появлялись новые издания. Потом перестал, потому что огромное количество непрофессиональных СМИ способствовали разрыванию аудитории, атомизации ее сознания. Большинство журналистов стремится самовыразиться, а настоящая аналитика – это стремление к объективности, это способность за совокупностью фактов видеть явления».

Гость круглого стола Илья Бельтюков, вице-президент ТПП Воронежской области, гендиректор выставочной компании «Вета», поднял крайне важный для всех присутствующих вопрос репутации журналиста, в связи с чем В. Тулупов заметил, что репутация – это вопрос веры, а репутация аналитического журналиста заключается именно в том, что он размышляет вместе с читателем, а не пытается его учить.

А. Саубанов, экономический обозреватель газеты «Молодой коммунар», заметил, что аналитика должна быть не только достаточно серьезна, но и достаточно доступна. И что надо на эту тему мастер-классы проводить.

По итогам круглого стола были приняты следующие решения:

1. Выложить текст профессиональных стандартов журналиста на свою страничку в соцсети geosnet.ru для более широкого обсуждения среди не только журналистского сообщества, но и читателей.

2. Разработать механизм оценки соблюдения профессиональных стандартов журналистами со стороны институтов медиасообщества.

3. Обратиться к организаторам мероприятия с предложением учредить номинацию «Аналитическая журналистика» на очередном областном конкурсе журналистов.

4. Обсудить вопрос об организации конкурса журналистских работ аналитического характера силами Гильдии аналитических журналистов.

ГАЗ создала жюри, которое было призвано оценивать заявки участников конкурса на предоставление грантов в рамках целевой программы «Содействие развитию независимой журналистики в Воронежской области в 2014 году», предусматривавшей предоставление Гильдией четырех грантов традиционным печатным СМИ региона и новым интернет-проектам с целью освещения следующих актуальных для общества тем:

– об общественных инициативах, имеющих масштабный социальный эффект и выводящих на новый уровень частно-государственное партнерство в регионе;

– о достижениях жителей Воронежской области в различных сферах для популяризации успешных и социально полезных моделей деятельности, формирования патриотического отношения к своему региону и приверженности традиционным духовно-нравственным ценностям;

– о передовых и инновационных практиках социального управления.

Размер каждого из 4 грантов – 250 000 руб. Каждый грант рассчитан на год работы по проекту.

Конкурс был объявлен 17 марта 2014 г. К участию в конкурсе были приглашены как негосударственные печатные средства массовой информации региона, имеющие высокие тиражи и не менее чем десятилетнюю положительную историю работы на областном медийном рынке, так и средства массовой коммуникации: интернет-ресурсы, ориентированные на выпуск общественно-политической и деловой информации для региональной аудитории; сетевые «старт-апы» 2013 г., предоставляющие широкий перечень интерактивных сервисов для региональной аудитории.

В жюри Гильдии было представлено шесть грантовых заявок, которые оценивались по семи критериям:

– соответствие приоритетному направлению финансовой поддержки (развитие аналитической/независимой журналистики региона);

– соответствие одной из категорий, заявленных ГАЗ в собственной грантовой заявке (направление деятельности и формат информационных продуктов грантополучателей не должны дублировать друг друга);

– актуальность (оценивается соответствие поставленных задач и наличие/отсутствие государ-

ственных (муниципальных) мер по решению тех же (аналогичных) задач;

- социальная эффективность (улучшение состояния целевой группы, наличие новых подходов и методов в решении заявленных проблем);

- реалистичность (наличие собственной материальной и творческой базы, кадров, способность привлекать специалистов и волонтеров для решения поставленной задачи);

- обоснованность (соответствие запрашиваемых средств целям и мероприятиям программы, наличие необходимых расчетов и обоснований);

- эффективность (возможность увеличения активности целевой аудитории в результате комплекса заявленных мероприятий).

Соответствие заявки каждому из критериев оценивалось по 3 балльной шкале. Максимально возможное количество баллов – 126.

По итогам рассмотрения заявок жюри выставили следующие оценки:

1. Проект «Время и люди» (ООО «Редакция газеты «КОММУНА») – 104 балла.

2. Проект «Мы разные – но мы вместе на geosnet.ru» (ООО «Центр сетевых технологий») – 94 балла

3. Проект «Новый взгляд» (ООО «Бизнес-Пресс») – 78 баллов.

4. «Живой бизнес» (ООО Агентство Бизнес Информации «Регион 36») – 71 балл.

5. «Летопись бизнес-успехов Воронежской области. Референтные лица бизнес-сообщества Воронежской области как слагаемые позитивного инвестиционного имиджа региона» (ООО РИА «Черноземье») – 29 баллов.

6. «Личность и театр в зеркале общественной жизни Воронежской области: тиражирование успешных культурных практик» (ООО РИА «Русь») – 29 баллов.

Победителями конкурса были признаны четыре заявки, набравшие наибольшее количество баллов.

Участники заседания обменялись мнениями о ходе и результатах конкурса и поставили на голосование вопрос об утверждении его итогов. При 4 голосах «за», 1 – «против» и 1 – воздержавшемся принято положительное решение. В ходе последующего обсуждения члены Жюри предложили ряд поправок, рационализирующих и оптимизирующих дальнейшую работу Гильдии в данном направлении. Кроме того, члены Жюри, не согласившиеся с общей позицией, высказали особые мнения по вопросу утверждения итогов конкурса.

Особое мнение члена Жюри А. А. Цветкова:

– Я не считаю, что о конкурсе ГАЗ знало большинство его потенциальных участников. Многие коллеги мне как представителю Гильдии выразили недовольство, что мероприятие прошло кулуарно, что отдает неким «междусобойчиком», в результате которого был распределен 1 млн рублей. Признаться, я сам информацию о конкурсе слышал раза три, не более, причем первый раз, когда его идея обсуждалась, второй – когда мне было предложено подвести его итоги (третий оставил про запас, наверное, он тоже был, а я просто запамятовал).

Во-вторых, меня, мягко говоря, смущает репутация ряда победителей конкурса, а особенно тот факт, что выбирать приходилось не из лучших, а по принципу меньшего зла. Подобная ситуация, на мой взгляд, полностью противоречит идее Гильдии, в том числе быть примером в своих поступках для профессионального сообщества. И в данном случае успокаивание себя тем, что первый блин обычно бывает комом, также неприемлемо. Ведь «первому блину» достанутся реальные деньги, в сумме 1 млн рублей.

В-третьих, серьезной помехой конкурсу я вижу отсутствие утвержденных критериев, указывающих на то, качественно или нет конкурсант выполнил задание, реализовал предложенный проект. Не понятно, на основании чего ГАЗ сможет наложить вето на бюджетные средства, если вместо аналитического материала на суд гильдии будет предоставлен фейк.

Можно продолжать и «в-четвертых» и «в-пятых», но вопрос в другом: кто из членов Гильдии, если отбросить в сторону юридические обязательства и страх сорвать проект по распределению грантов области, доволен результатами конкурса?..

Особое мнение члена Жюри А. В. Прыткова:

– Я не могу однозначно проголосовать «за», так как у некоторых победивших на конкурсе репутация не из лучших, а сами их заявки вызывают ряд вопросов относительно распределения средств на материально-техническую базу. Однако регламент распределения грантов предполагает именно четырех победителей, а не двух или трех, и голосование предполагает утверждение всей четверки. В то же время я не могу проголосовать однозначно «против», так как среди соискателей есть достойные кандидаты, которых не хотелось бы лишать гранта.

Комментарий председателя Жюри В. В. Тулунова:

– О конкурсе знали все журналисты. По крайней мере, те, кто реально заинтересован в поиске средств. Достаточно сослаться на дискуссию в ФБ. Но еще о нем постоянно говорили на мероприятиях первого направления (мастер-классы, обучающие семинары, круглые столы). Лично мне звонили Золотухин, Радченко, но так и не заявили с проектами.

Репутацией участников занимается не жюри! Как говорил известный исторический деятель, «других писателей у меня нет».

Не надо вести речь о миллионе (это, конечно, возбуждает массовую аудиторию, но не серьезных экспертов), следует говорить о 250 тыс. рублей для каждого грантополучателя.

Критерии прописаны, и они достаточно четки. На встрече с номинантами можно будет еще многое оговорить: ведь в успехе конкурса заинтересованы все стороны.

Комментарий члена Жюри А. С. Пылева:

– Спорить не буду. Ибо по сути согласен, но выступаю за признание результатов конкурса по двум

пунктам: 1) избежать риска не получить больше денег на гранты; 2) не превратить механизм из правового (пусть с массой сложностей и ошибок) в неопределенно-субъективный. То есть когда желающие участвовать не могут быть уверены в том, что предлагаемые им критерии действительно станут критериями, а результаты не окажутся отменены просто потому, что нас не устроили победители... В идеале, на самом деле мы бы могли себе позволить как раз субъективный механизм выделения средств. Когда собралось Жюри, рассмотрело заявки, все высказались и поделили грантовый фонд при помощи голосования. Сложность ситуации в том, что деньги не наши, а бюджетные. И мы не можем их так разделить. А дополнительный казус – в том, что если мы сейчас этот проект не реализуем, то в перспективе рискуем больше вообще ничего не делить – ни субъективно, ни в рамках конкурсных процедур. Но тогда ГАЖ вернется на позиции простого «клуба по интересам», в котором мы сможем, как и раньше, приятно поболтать и попить чаю с печеньками :) Это всегда положительно влияет на настроение. Но стоило ли создавать общественное объединение?

14 марта на факультете журналистики ВГУ состоялся мастер-класс Валерия Иваницкого, журналиста, профессора МГУ и автора нескольких книг по организации бизнес-моделей в СМИ. Тема звучала так: «Организация аналитического центра в СМИ».

Прежде чем приступить к конкретным рекомендациям в связи с организацией аналитического центра (АЦ) СМИ, В. Иваницкий остановился на проблеме доверия аудитории средствам массовой информации. И начал он с фактов, которые являются лишь сырьем журналистики: «поставлять аудитории одни факты – все равно что кормить посетителей ресторана сырым мясом». То есть факт необходимо не только добыть, но и, обработав, искусно подать.

Качественную журналистику отличает опора на доброкачественные факты, т. е. на оригинальные факты, факты «первой свежести» – те, что добыты из первоисточника, привезены из командировки, с места события... Сегодня же в СМИ преобладают вторичные факты, почерпнутые из интернета, и потому налицо явление общей усталости аудитории, вынужденной потреблять много малоинформативной информации. Общество находится в плену вторичной информации, квазифактов, информационных контрафактов и даже геномодифицированной информации. Отсюда – потеря аудитории, потеря рекламодателей, потеря финансовой базы СМИ, потеря качества профессии. Андрей Мирошниченко пишет о смерти газет, но в условиях коммуникационного кризиса умирают все СМИ, умирает журналистика, не имеющая своих фактов, суждений и оценок, заключил ведущий мастер-класса.

«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 россыпью драгоценных переделов, ограненных и отшлифованных временем. Секрет этой победы прост – дерьмо не гранится и не шлифуется».

Что же делать? «Необходимо восстанавливать связь с реальной жизнью, учиться добывать свежие факты, осмысливать их и высказывать о них компетентные суждения. Добыча оригинальных фактов – дело дорогое, ведь мало найти его – необходимо его проверить и перепроверить. Серьезный медиаменеджер встает перед альтернативой: как удешевить подготовку качественного журналистского текста и как поставить на поток получение свежих фактов? И он приходит к идее создания аналитического центра – места, где будет рождаться новость, где будут генерироваться тренды, идеология, повестка дня».

Далее В. Иваницкий поделился опытом создания АЦ в журнале «Эксперт-Сибирь» (см. подробнее: Попов А. Дирижер медийного оркестра // «Эксперт Сибирь» №11 (200), 2008 – <http://expert.ru/siberia/2008/11/ivalichkiy/>).

Рядовые работники АЦ должны владеть социологическим инструментарием, руководитель АЦ – эконометрическим сознанием. Ведь работа методистов-составителей анкет, экспертов-аналитиков, специалистов-координаторов будет связана с огромным количеством цифр (например, из статотчетов), за которыми важно увидеть явление, тенденцию. Их продукция – еженедельные аналитические обзоры, подготовленные после обработки анкет, заполненных участниками рынка. И все это важно упаковать в тот или иной публицистический формат. Вскоре аудитория начинает реально сегментироваться, ее становится легче измерять по числу возвращенных анкет, тональности ответов и др. Аудитория начинает доверять СМИ, как и рекламодатель, который начинает представлять вашу аудиторию, а в ней – свою целевую группу воздействия. Опыт говорит, что через год-два 80 % рекламы будет детерминировано именно работой АЦ. «Эксперт-Сибирь» имел ежемесячную выручку 200-400 тысяч рублей, через два года работы АЦ она стала составлять 5 млн рублей.

Думается, сказал В. Иваницкий, после отладки работы АЦ серьезная редакция обязательно придет к мысли об открытии собственного пресс-центра, где можно с успехом презентовать информационный продукт.

Первый обучающий семинар в рамках Целевой программы назывался «Язык и СМИ». Его провели заведующая кафедрой стилистики и литературного редактирования факультета журналистики ВГУ, доцент Анна Шишлянникова и доцент этой же кафедры Мария Запругаева. Проанализировав публикации местных бумажных и интернет-СМИ, ведущие выделили типичные ошибки и ответили на вопросы участников семинара.

Накануне семинара пользователи социальных сетей «Геоснет», «Вконтакте», «Фейсбук» обменялись мнениями по поводу уровня грамотности журналистов местных СМИ. Оказалось, что больше всего претензий вызывают тексты «МОЁ!», «збоп. ru», «Блокнот-Воронеж», а грамотнее других оказались корреспонденты и корректорские службы «Воронежского курьера», «Молодого коммунара» и «АиФ».

Во Дворце детей и юношества под эгидой Гильдии аналитических журналистов состоялся круглый стол по проблемам взаимодействия средств массовой информации и некоммерческих организаций.

В результате живой дискуссии был сформулирован ряд рекомендаций:

Редакция СМИ было предложено в целях повышения информативности усилить тематико-проблемную модель за счет информации, связанной с деятельностью НКО (их в Воронежской области насчитывается около 3000); не ограничиваться публикацией пресс-релизов, а рассматривать их как повод для журналистского расследования, выезда на место события и т. д.

Некоммерческим организациям был дан совет развивать работу со СМИ (в PR это направление деятельности называется медиариелейшнз); создавать действительно интересные – для СМИ, для общества – информационные поводы; учиться профессиональному взаимодействию с массмедиа. В конце встречи ГАЖ пригласила всех участников дискуссии на обучающий семинар, который вскоре и состоялся в Доме молодежи под названием «Взаимодействие НКО и СМИ: как сделать так, чтобы о нас писали». Модератором выступила заведующая кафедрой связей с общественностью факультета журналистики ВГУ доцент Елена Топильская. В семинаре, помимо представителей некоммерческих организаций, приняли участие редакторы некоторых СМИ.

Мероприятие имело практикоориентированный характер – слушателям были предложены для разбора конкретные пресс-релизы. Обсуждение получилось живым и полезным

Среди практических рекомендаций, которые сформулировали и ведущая семинара, и журналисты, можно выделить следующие.

– Каждая организация должна следовать некоей информационной политике, для чего необходимо:

– выразить миссию данного НКО в запоминающейся словесной формуле;

– выделить человека, который будет поддерживать контакты со СМИ;

– соотнести свою аудиторию с аудиторией конкретных СМИ;

– постоянно и оперативно поставлять информацию в эти СМИ; – формировать собственные информационные площадки (сайт, корпоративное издание, печатные материалы – проспекты, буклеты, пресс-релизы, подготовленные с элементами фирменного стиля).

– Необходимо следовать таким принципам информационной деятельности, как систематичность, оперативность, открытость, настойчивость, креативность, инновационность и др.

– Важно, чтобы мероприятия НКО подавались ярко, «драматургично» – именно тогда они становятся информационным поводом для СМИ. При этом важно обращаться не только к традиционной прессе, но и к электронным, интернет-СМИ, социальным сетям, используя прием, называемый «вирусным редактором».

В конце апреля прошел мастер-класс известного журналиста Альберта Плутника «Своевременный журналист, или журналистика как послушное (вздорное, капризное) дитя своего времени». Прославленный публицист начал с определения настоящего журналиста, главное отличие которого заключается в том, что он ответственен за свои слова («И не только перед настоящими читателями. Он думает и о тех, кто еще не родился»).

Вот несколько «размышлений и заветов от Плутника»:

– Чувство ответственности – главное отличие настоящего журналиста.

– В современной журналистике один герой – это артист. Все интересуются, где он пообедал, куда поехал отдыхать. Это неправильно. Нужно больше писать о простых людях, как они живут, работают, о чем мечтают. Ведь сейчас, мы, например, не знаем, сколько получает сталевар.

– Провинциальные СМИ находятся гораздо ближе к реальной жизни, чем центральные. Почему? Все просто: они больше пишут о простых людях. Коллеги, помните об этом! У вас большое преимущество! («Кстати,»Известия» в свое время сделали себе имя на теме защиты простых людей»).

– Журналистика – эта та щука, которая существует, чтобы карась не дремал!

– Власти в большей степени необходима честная и объективная журналистика. От нее больше пользы, чем от лъстивой.

– Люди всегда будут недовольны властью. Это неизбежное правило, проверенное историей. Но писать оппозиционные материалы только из вредности – непрофессионально.

– Журналистов сейчас губит всеядность. Они хватаются за все темы сразу. Если хотите быть про-

фессионалом – сконцентрируйтесь на одной-двух. И «копайте, копайте».

– Умение отказать – редкое качество. Просто помните: начальство (власть) приходит и уходит, а вы остаетесь. Берегите репутацию.

16 мая состоялся мастер-класс генерального директора ИД «Алтапресс» Юрия Пургина «Положительное значение «отрицательных» ценностей в печатных СМИ».

«Мир изменился. Если раньше у нас с вами была эра вещания – все было понятно, мы обращались к массам со своим приветом. А теперь нас никто не ждет с этим приветом: все хотят интерактивности, все хотят тут же комментировать, все рассчитывают, что мы будем ждать от них реакцию, – сразу развеял иллюзии Ю. Пургин. – Если раньше медиа были коллективными, то сейчас они становятся индивидуальными. Раньше контроль был у издателя, а теперь у пользователя». По словам гендиректора крупнейшего издательского дома Алтайского края, сейчас не управление по печати, а сам пользователь определяет свою информационную политику. Поэтому главным становится не содержание текстов, а контекст. «Если раньше мы говорили, что удобство – это хорошо, важно, чтобы продукт был удобен в использовании, то теперь нужно понимать, что реально удобство пользования является главным ключом к успеху, – продолжил ведущий класса. – Если пользоваться вашим средством неудобно в каком-то виде, то не ждите, что у вас будет какой-либо успех».

Понятно, что монополии на информирование приходят конец, монополии на распространение приходят конец и даже монополии на редактирование приходят конец. Если все эти монополии пропадают, то возникает вопрос «зачем мы с вами, представители СМИ, вообще нужны?»

Например, был случай, когда информацию о пожаре первыми опубликовали в сети блогеры. Журналисты же написали позже, а свидетели происшествия после еще и рассказали подробности, с которыми ошиблись корреспонденты. Получается, что наступил новый информационный порядок – потоковый, который живет в настоящий момент.

«Что мне не нравится – это то, что этот мир информирует сам себя, при этом паразитирует на информации классических СМИ, отделяя ее от бренда

и редактируя своими интерпретациями. Берется и постится ваша информация в социальной сети, но при этом приделывается комментарий, которого вы вообще не ожидали. В итоге контент становится не вашим, оценки тоже не вашими, да и результаты не те, на которые рассчитывали».

Как отметил эксперт, сейчас у региональной журналистики есть уникальное место в новом будущем, которое уже наступило сегодня. Самый амбициозный план – сделать так, чтобы люди заходили первым делом не в Яндекс, а на сайт вашего СМИ. «Конечно, это нереализуемо в принципе, но как путь развития – это абсолютно рабочая история, – пояснил Юрий Петрович. – А вот как сбывшаяся мечта – вряд ли. Но мы очень много всего сделали успешного, следуя этой концепции».

Вот еще несколько истин от Пургина:

– Перед написанием каждого текста нужно ответить на два вопроса: распространит ли его читатель в соцсетях. А второй вопрос – захочет ли читатель дополнить ваш материал своим комментарием.

– У газет есть будущее, но они должны меняться. Газета должна стать не набором новостей, а журналом жизни. При этом газета должна лишить читателя информационного шума. Не добавив этого шума, а дать что-то более красивое.

– Три зарубежных варианта платы за контент. Одно СМИ перевело в платные версии свои сайты: 25 статей в месяц они предлагали бесплатно, а остальное – за деньги. Другое СМИ закрывало лишь часть контента – с эксклюзивными подробностями. Третье СМИ также закрыло лишь часть контента, но сделало для него отдельный сайт.

Таким образом, деятельность Гильдии аналитических журналистов набирает обороты, а если учесть тот факт, что президента и членов ГАЗ регулярно приглашают принять участие в мероприятиях областного характера (общегражданский и промышленный форумы, заседания Национальной палаты при губернаторе Воронежской области и др.), становится очевидным, что авторитет ГАЗ растет.





В. Вершинин

Цифровые издания как новая платформа для экспериментального моделирования прессы

(на примере проекта «Зеленый Марс»)

Аннотация: В статье рассматриваются цифровые издания — газеты и журналы разработанные для воспроизведения на электронных устройствах, история их появления, эволюция в системе СМИ, варианты развития для региональных рынков. Представлены особенности цифровых изданий в процессе экспериментального моделирования. В качестве основного материала рассматривается цифровое издание «Зеленый Марс» — учебный проект, созданный, под руководством автора доклада, студентами филологического факультета ТГУ.

Ключевые слова: моделирование прессы, метод эксперимента, цифровые издания, конвергенция, iPad.

Метод эксперимента является эффективным инструментом решения прикладных задач моделирования изданий, а также апробации новых форм средств массовой информации. На сегодняшний день СМИ стараются использовать максимальное количество каналов доступа к аудитории. Трудно представить себе газету или телеканал, которые не были бы представлены в интернете веб-сайтом. Однако это далеко не единственный способ расширить аудиторию СМИ за счет современных компьютерных и информационных технологий.

Хорошо известен пример, когда в 2012 году газета «Московские новости» переосмысливала свою модель под руководством крупного специалиста в области редизайна Марио Гарсиа, изменения касались отнюдь не только оформления печатной версии, но также были представлены новая версия сайта издания, специальное новостное приложение для смартфона (PDA-формат) и приложение для планшетного компьютера. Таким образом, издание позаботилось о любом способе, которым читатель мог бы получить доступ к материалам газеты. Если, по данным исследования eyeTask, «в 1980-х годах среднестатистический читатель тратил около 30 секунд, чтобы оглядеть обложку газеты или журнала и решить – брать или нет, то в 2007 году этот показатель сократился до 10 секунд» [1]. У «нетерпе-

ливого» читателя просто нет времени для поиска издания в удобном для издания формате – формат должен быть удобен прежде всего для аудитории.

Конечно каждый из форматов несет определенные функциональные ограничения и возможности. Исходя из них читатель ищет наиболее удобный для него способ чтения издания. Если читателю удобнее формат бумажной газеты, продуманная структура и предложенный редакцией выбор материалов – для него предпочтительней классический формат бумажной газеты. Сайт издания может предложить тексты и иллюстрации без привычных ограничений по объему, а также мультимедийный контент: видеоролики, слайд-касты, интерактивную инфографику, блоги, комментарии. PDA-формат издания предлагает наиболее оперативный способ получения информации читателем. Для планшетной версии характерна выборка лучших материалов из газеты и сайта, удобный и мобильный формат потребления контента.

Таким образом, газета «Московские новости» подтвердила глобальный тренд на конвергентные СМИ, который стал наиболее актуальным за последние несколько лет. И этот тренд необходимо учитывать при моделировании изданий, исходя из задач, стоящих перед ними, и характера аудитории, на которую рассчитывает редакция.

Существует два основных вида приложений для планшетных компьютеров. Первый из них – новостные приложения, отражающие поток материалов издания, им нужен постоянный доступ в интернет, они постоянно меняют свою структуру, в соответствии с изменениями на сайте издания. Чаще всего это приложения новостных агентств или ежедневных газет – например, iPad-версия газеты «Московские новости». Второй вид – цельные выпуски, включающие постоянную структуру, определяющую набор материалов. Данное приложение может работать автономно, без доступа к интернету. По своей структуре они близки бумажным журналам, функционал которых расширен за счет возможностей электронных устройств, для которых они создаются. По нашему мнению, для таких информационных продуктов наиболее подходящим термином является «**цифровое издание**», поскольку за рубежом, где они появились, эта сфера средств

Об авторе: Вершинин В. А. Ассистент кафедры теории и практики журналистики Национального исследовательского Томского государственного университета

информации именуется digitalpublishing (англ., дословно: «цифровая публикация»).

Цифровые издания – это издания распространяемые и воспроизводимые на электронных устройствах. Появились они всего около сорока лет назад, когда в 1971 году Майкл Харт, будучи студентом Иллинойского университета, создал и перевел в цифровой формат «Декларацию независимости США» [2]. Впоследствии Майкл Харт стал инициатором проекта «Гутенберг», одного из крупнейших ресурсов по оцифровке и распространению книг и журналов. В отличие от печатных изданий, имеющих более чем тысячелетнюю историю, цифровые издания за небольшой отрезок времени в несколько десятков лет, претерпели вероятно больше технологических изменений, начав с записей на магнитных лентах для мейнфреймов, через энциклопедии и журналы на компакт-дисках и www-библиотеки, к устройствам для чтения, использующих технологию электронных чернил (eInk) и планшетным компьютерам.

Издавания для планшетных компьютеров совсем недавно в 2010 году, с момента появления планшета iPad и открытия для него онлайн-магазина AppStore. Мгновенный рост рынка и увеличивающаяся с каждым годом потенциальная аудитория, заставляют многие издания обратить свое внимание на эту нишу. Конечно, первыми к созданию планшетных версий приступили наиболее крупные журналы (National Geographic, Men's Health, GQ, Esquire, Vogue и т. д.), которые обладали на тот момент полным спектром ресурсов для их создания: временными, людскими и материальными. Тем более что стоимость вхождения на этот рынок в первые годы была неоправданно высока.

Ситуация изменилась год назад, когда в мае 2013 года, компания Adobe включила инструменты для создания цифровых изданий в состав пакета CreativeCloud (CC). И пользователи CC получили возможность создавать практически неограниченное количество разовых (не периодических) цифровых изданий.

Каковы же преимущества цифровых изданий? Вот основные из них:

- отсутствие полиграфического производства в процессе выпуска издания, который составлял чаще всего наибольшую статью бюджета СМИ;
- возможность поместить большее количество текста и иллюстраций, пользуясь при этом практически тем же форматом полосы, что и в бумажном журнале;
- отсутствие географических границ для публикации – издание можно загрузить на любой планшет, в любой географической точке мира, имея доступ к интернету;
- возможность точного отслеживания изменений в аудитории издания – количество загрузок за каждый день существования издания, статистика по странам, откуда были сделаны загрузки, а также платформам: напрямую в планшет или через настольный компьютер;

- относительно прозрачный механизм продажи издания читателям: он осуществляется только через единственного посредника – магазин приложений, например, AppStore для планшетов iPad, который берет за свои услуги 30 % стоимости выпуска, остальное получает разработчик;

- непрерывный рост потенциальной аудитории за счет постоянного роста количества электронных устройств.

Конечно, у цифровых изданий есть и существенные недостатки:

- ограниченное количество электронных устройств – планшетов iPad в мире на октябрь 2013 года насчитывалось около 170 млн [3];

- ограниченный возрастной охват аудитории.

В лаборатории моделирования и проектирования периодических изданий факультета журналистики Томского государственного университета нами многократно апробированы возможные варианты адаптации метода эксперимента к процессу моделирования прессы, используя методику как комплексного [4], так и композиционно-графического моделирования, ориентируясь на труды С. И. Галкина [5] и В. В. Тулупова [6]. Многие из выполненных нами в рамках хозяйственных и инициативных НИР работ по корректировке и моделированию газет и журналов региона имели экспериментальный характер.

В конце 2013 года нам удалось инициировать создание цифрового издания в рамках учебного процесса. Издание было создано на площадке редакционно-издательского кластера факультета журналистики ТГУ в рамках курса «Художественное и техническое оформление изданий» для V курса факультета филологии. Студентам было предложено сделать издание для конкурса на Всероссийской олимпиаде по издательскому делу в Ижевске. Заявленная тема конкурса: экология. Студенты решили подойти к этой теме нестандартно — сделать издание про колонизацию Марса, чтобы через описание трудностей процесса терраформирования и колонизации необитаемой планеты, привлечь внимание читателей на экологические проблемы Земли. Цифровым издание также стало из-за экологических соображений: в целях экономии бумаги и пространства — на планшет можно кроме этого издания загрузить и множество других. Так появился экспериментальный проект «Зеленый Марс» [7].

По своей структуре издание было построено в соответствии с современными стандартами цифровых журналов: интерактивная обложка, содержание с гиперссылками, двенадцать материалов объемных материалов, посвященных процессу терраформирования и колонизации Марса, а также некоторым смежным темам. Помимо текстов и статических иллюстраций в издании были реализованы интерактивная инфографика, видеоролики и фотогалереи.

Общий процесс работы над изданием занял два месяца. В соответствии с методикой комплекс-

ного моделирования были проведены аналитические и проектные работы по поиску оптимального формата издания, аудитории, структуры, жанров. Работа над этим проектом позволила убедиться в эффективности методики комплексного моделирования (работы А. П. Киселева [8], Ю. Н. Мясникова [4]), в том числе и для цифровых изданий.

За два месяца это издание было загружено на более чем 800 планшетных компьютеров iPad. В основном на территории России, Украины, Белоруссии, Германии, Эстонии, Казахстана и США. Кроме того, оно получило в основном отличные оценки пользователей и несколько положительных рецензий в магазине AppStore. Впрочем, гораздо больше внимания привлек сам факт создания этого проекта: ему было посвящено 17 публикаций городских интернет-порталов и газет, сюжеты двух телеканалов и более 20 публикаций на федеральном уровне. Это, в свою очередь, также способствовало и увеличению аудитории этого издания. Статистика показывает, что в дни этих публикаций был наибольший пик скачивания приложения «Зеленый Марс» в AppStore.

Данный эксперимент показал, несмотря на существенные ограничения по аудитории, цифровые издания открывают новые возможности перед СМИ и инициативными издательскими проектами. Трудно представить, что проект «Зеленый Марс» мог стать доступным аудитории в 800 человек, если бы студенты решили делать его в печатном виде, скорее всего он бы так и остался студенческим проектом с тиражом в несколько экземпляров. Это говорит о том, что очень эффективным способ распро-

странения изданий для малых аудиторных групп, особенно если они рассредоточены географически, становятся электронные устройства и соответственно – формат цифрового издания.

г. Томск

Литература:

1. <http://www.mn.ru/society/20110327/300677559.html>
2. http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The_History_and_Philosophy_of_Project_Gutenberg_by_Michael_Hart
3. <http://appleinsider.com/articles/13/10/23/apple-has-sold-170m-ipads-to-date-implying-sales-near-15m-in-sept-quarter>
4. Мясников Ю. Н. Технология моделирования и проектирования периодики региона: пособие / Ю. Н. Мясников. – Изд. 2-е, допол., перераб. – Томск: изд-во НТЛ, 2010.
5. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: учеб. пособие / С. И. Галкин. – М., 2007. – 232 с.
6. Тулупов В. В. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет: Учебник / [под ред. В. В. Тулупова]. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 320 с.
7. <https://itunes.apple.com/ru/app/zelenyj-mars/id812765943>
8. Киселев А. П. На пути к комплексному изучению оформления периодики и художественно-техническое оформление периодических изданий / А. П. Киселев. – М.: Изд-во МГУ, 1980.





А. Гурко

Использование объектов авторских и смежных прав в деятельности интернет-радио и интернет-телевидения

Аннотация: в статье автор рассматривает актуальные правовые проблемы использования объектов авторских и смежных прав в деятельности интернет-радио и интернет-телевидения. Рассматриваются различия между проводным и беспроводным вещанием и интернет-вещанием с точки зрения части 4 Гражданского Кодекса; возможность применения норм, регулирующих проводное и беспроводное вещание, к вещанию в интернете, а также пути разрешения существующих проблем.

Ключевые слова: авторское право, смежные права, право и интернет, интернет, интернет-радио, интернет-телевидение.

В настоящее время интернет является главным информационным полем во всех сферах жизни общества, как то бизнес, культура и другие. Если раньше собственный интернет сайт был хорошим преимуществом любой коммерческой организации, в частности теле- или радиоканала, то теперь его наличие является обязательным элементом, позволяющим организации быть «на уровне» со своими конкурентами. Отсюда и столь пристальное внимание к развитию способов информационного обмена в сети интернет, защите данных и правовому регулированию правоотношений в интернете.

Одним из наиболее острых вопросов правового регулирования отношений в интернете является соблюдение авторских и смежных прав и надлежащее использование объектов интеллектуальной собственности. С данным вопросом напрямую связана проблематика СМИ в интернете, так как деятельность СМИ по своему характеру напрямую связана с созданием и использованием объектов авторских и смежных прав.

Сегодня каждый уважающий себя теле- или радиоканал имеет собственный интернет сайт, на котором не только собрана информация о канале, но, как правило, осуществляется вещание в режиме онлайн. С точки зрения закона, данное вещание не является ни проводным (сообщение по кабелю по терминологии части 4 ГК РФ), ни беспроводным (сообщение в эфир по терминологии

части 4 ГК РФ), и, соответственно, встает вопрос о допустимости применения норм, регулирующих теле- и радиовещание проводным и беспроводным путем, к вещанию теле- и радиоканалов в режиме онлайн. Ответ на данный вопрос кроется в первую очередь в части 4 ГК РФ.

Так пп. 1) п. 2 ст. 1270 ГК РФ доведение произведения до всеобщего сведения таким образом, что любое лицо может получить доступ к произведению из любого места и в любое время по собственному выбору (доведение до всеобщего сведения), является самостоятельным способом использования объектов авторских и смежных прав. В данной замысловатой формулировке ни слова не сказано об интернете, однако она подразумевает именно использование произведений в сети интернет. Это означает, что к теле- и радиовещанию в интернете должны применяться особые правила, отличные от тех, которые регулируют отношения по поводу сообщения произведений в эфир и по кабелю.

Контент интернет СМИ представляет собой комплекс информации, значительная часть которой является объектами авторских и смежных прав, которые могут принадлежать как редакции сетевого издания, так и третьим лицам. Редакции сетевого издания будут принадлежать права на материалы, созданные ее сотрудниками в рамках выполнения своих трудовых обязанностей (ст. 1295 ГК РФ), а также созданные третьими лицами специально для данного сетевого издания на основании договоров авторского заказа (ст. 1288 ГК РФ). Однако, следует учитывать, что для правомерного использования в деятельности интернет-радио и интернет-телевидения материалов, созданных по договору авторского заказа, данные договоры должны содержать положения об отчуждении в пользу редакции сетевого издания исключительного права на соответствующие материалы, либо положения о предоставлении права на соответствующий вид использования данных материалов (доведение до всеобщего сведения). К таковым положениям договоров применяются в соответствии с пунктами 3,4 статьи 1288 ГК РФ статьи 1285 – 1287 ГК РФ соответственно. В отношении иных материалов для их использования необходимо получить разрешение от правообладателя в форме лицензионного договора (ст. 1286, 1287 ГК РФ). Причем, разрешение на использование произведения или объекта смежных

Об авторе: Гурко Антон Владимирович, сотрудник кафедры телевизионной и радиожурналистики Воронежского государственного университета.

прав необходимо вне зависимости от того, преследует ли такое использование в качестве своей цели извлечение прибыли или нет.

Однако, следует помнить, что правило о необходимости получить разрешение от правообладателя материалов, включаемых в сетку вещания теле- или радиоканала, распространяется только на те материалы, которые могут признаваться в качестве объектов авторских (ст. 1259 ГК РФ) и смежных прав (ст. 1304 ГК РФ). Также данное правило не распространяется на случае свободного использования произведений как с выплатой так и без выплаты вознаграждения за соответствующее использование (ст. 1273-1280 ГК РФ), а также на произведения и объекты смежных прав, перешедшие в общественное достояние.

В деятельности радио и телевидения неизменно основными сторонами (то есть объектами, которые не были созданы сотрудниками редакции теле- и радиоканала в рамках выполнения своих служебных обязанностей; и не были созданы специально для теле- и радиоканала по договорам авторского заказа; и к которым применяется общее правило о необходимости получить разрешение от правообладателя для использования соответствующих объектов авторских и смежных прав) объектами авторских и смежных прав являются музыкальные (в радио) и аудиовизуальные произведения (на телевидении). Так как основные доходы радио- и телеканалы получают от размещения рекламы, первой и важнейшей целью для соответствующих каналов является привлечение максимального количества слушателей и зрителей для большей привлекательности для рекламодателей. Достигается это за счет включения в сетку вещания музыкальных и аудиовизуальных произведений, а также собственных передач. Поэтому без использования сторонних объектов авторских и смежных прав полноценная деятельность теле- и радиоканалов как при проводном и беспроводном вещании, так и интернет вещании невозможно.

Таким образом, контент интернет-радио и интернет-телевидения представляет собой разнообразную информацию, обладающую разными правовыми признаками, то есть по своей правовой природе он неоднороден. В этом плане возникает один важный вопрос: ГК РФ предусматривает в качестве самостоятельного вида смежных прав право организаций эфирного и кабельного вещания. Объектами данных прав являются теле- и радиопередачи, которые составляют основной массив контента интернет-радио и интернет-телевидения, производимого самой редакцией сетевого издания или по договорам авторского заказа (то есть контент, права на который принадлежат непосредственно сетевому изданию).

Однако, смежные права в отношении сообщений в эфир и по кабелю возникают только у организаций эфирного или кабельного вещания, хотя и могут в дальнейшем переходить к иным лицам. При этом смежные права у таких организаций воз-

никают только в случаях сообщения их собственными передачами, т.е. передач, создаваемых самой вещательной организацией или по заказу такой вещательной организации и за счет ее средств (подп. 3 п. 1 ст. 1304)¹.

Исходя из этого, можно сделать принципиальный вывод о том, что возникновение, осуществление и защита прав организаций эфирного и кабельного вещания неразрывно связано с такими способами использования объектов интеллектуальной собственности как сообщение в эфир и по кабелю. Для возникновения данных прав необходим специальный субъект – организация эфирного или кабельного вещания (ст. 1329 ГК РФ). Возникают данные права не в связи с созданием передачи, как в случае с объектами авторских прав, но в связи с сообщением данной передачи в эфир или по кабелю (п. 1 ст. 1331 ГК РФ). Все это означает, что передачи, транслируемые в режиме онлайн на сайтах интернет-радио и интернет-телевидения, будут защищаться по правилам параграфа 4 главы 71 ГК РФ только в том случае, если соответствующие организации являются организациями эфирного и кабельного вещания и их интернет сайты лишь дублируют программы, которые сообщаются данным организациями в эфир или по кабелю. На передачи сетевого издания интернет-радио или интернет-телевидения права организаций эфирного и кабельного вещания возникать не будут, если данное издание осуществляет только вещание в интернете.

Говоря об использовании сторонних объектов авторских и смежных прав в деятельности интернет-радио и интернет-телевидения, важно сказать, что в среднем в эфире радиоканала в час проигрывается 10-15 песен, которые включают в себя одновременно и объекты авторского права (музыкальное произведение, аранжировки, литературное произведение) и смежных прав (исполнение и фонограмма). Зачастую соотношение отечественных и зарубежных песен равняется 1 к 1 или меньше. Исходя из этого, затраты на правовое обеспечение деятельности радиоканала при необходимости связываться с каждым правообладателем и заключать с ними отдельные договоры могут превысить все разумные пределы и сделать деятельность радиоканалов нерентабельной. Аналогично обстоит дело с получением разрешений телеканалами на использование аудиовизуальных произведений.

Выходом из данной ситуации является управление правами на коллективной основе, осуществляемое организациями по управлению правами на коллективной основе. Основанием полномочий организации по управлению правами на коллективной основе является договор о передаче полномочий по управлению правами, заключаемый такой организацией с правообладателем в письменной форме. Регулированию правоотношений, связанных с деятельностью организаций по управлению правами на коллективной основе, посвя-

щены статьи 1242, 1243 и 1244 ГК РФ, также правовое положение данных организаций определяется положениями ГК РФ о юридических лицах, законами о некоммерческих организациях и уставами соответствующих организаций.

На основании п. 3 ст. 1244 ГК РФ организация по управлению правами на коллективной основе, получившая государственную аккредитацию, вправе наряду с управлением правами тех правообладателей, с которыми она заключила договоры в порядке, предусмотренном пунктом 3 статьи 1242 ГК РФ, осуществлять управление правами и сбор вознаграждения для тех правообладателей, с которыми у нее такие договоры не заключены. Также в отношении аккредитованной организации не действуют ограничения, предусмотренные антимонопольным законодательством. С учетом данного положения важно отметить, что аккредитация на осуществление деятельности в каждой из сфер коллективного управления, указанных в пункте 1 статьи 1244, может быть получена только одной организацией по управлению правами на коллективной основе.

Таким образом, для использования музыки в теле- и радиовещании не нужно искать правообладателей соответствующих произведений и объектов авторских и смежных прав, достаточно заключить лицензионное соглашение с соответствующей организацией по управлению правами на коллективной основе. Однако, в случае с аудиовизуальными произведениями дело обстоит несколько сложнее, так как организации коллективного управления правами не осуществляют права на кинофильмы. Для правомерного использования аудиовизуальных произведений в деятельности телеканалов (в том числе в сети интернет) необходимо заключать лицензионные соглашения с дистрибьютерами соответствующих кинокомпаний и иных правообладателей аудиовизуальных произведений на территории РФ.

В настоящее время аккредитовано на право осуществлять деятельность в сфере коллективного управления исключительными правами на обнародованные музыкальные произведения (с текстом или без текста) и отрывки музыкально-драматических произведений в отношении их публично исполнения, сообщения в эфир или по кабелю, в том числе путем ретрансляции, Общероссийская общественная организация Российское Авторское Общество. Это означает, что для использования любых обнародованных музыкальных произведений в сфере теле- и радиовещания, необходимо заключить лицензионный договор с РАО. Данный договор заключается в отношении всех обнародованных музыкальных произведений, за исключением тех, которые были исключены из репертуара соответствующей организации по коллективному управлению авторскими и смежными правами по заявлению их правообладателей. В отношении сообщения в эфир и по кабелю заключаются отдельные договоры.

В отношении объектов смежных прав государственной аккредитацией обладает Всероссийская Организация Интеллектуальной Собственности (ВОИС (не путать со Всемирной Организацией Интеллектуальной Собственности, ВОИС)). Данная организация обладает государственной аккредитацией в сферах:

осуществления прав исполнителей на получение вознаграждения за публичное исполнение, а также за сообщение в эфир или по кабелю фонограмм, опубликованных в коммерческих целях;

осуществления прав изготовителей фонограмм на получение вознаграждения за публичное исполнение, а также за сообщение в эфир или по кабелю фонограмм, опубликованных в коммерческих целях.

Важным моментом во взаимоотношениях между организациями эфирного и кабельного вещания и организациями по коллективному управлению авторскими и смежными правами является то, что договор с РАО не освобождает организацию эфирного и кабельного вещания от необходимости заключить договор с ВОИС.

Данная система управления авторскими и смежными правами весьма практична, так как для использования любых обнародованных объектов авторских и смежных прав соответствующего вида достаточно заключить договор с аккредитованной на осуществление расширенного коллективного управления правами в соответствующей сфере организацией. Однако, она на данный момент не адаптирована для реалий интернета. Дело в том, что расширенное коллективное управление правами, осуществляемое на основании государственной аккредитации, может осуществляться только в сферах, предусмотренных п. 1 ст. 1244 ГК РФ. При этом организации по коллективному управлению правами, имеющие государственную аккредитацию, не могут выходить за рамки полномочий, предоставленных государственной аккредитацией, то есть осуществлять расширенное управление правами хотя и в отношении тех же объектов авторских и смежных прав, но применительно к иным способам их использования и наоборот.

В настоящий момент п. 1 ст. 1244 ГК РФ не предусматривает осуществление расширенного управления правами (аккредитацию) в отношении использования в интернете каких-либо объектов авторских и смежных прав. В совокупности с вышесказанным, это означает, что организации эфирного и кабельного вещания при заключении договоров с РАО и ВОИС могут использовать любые объекты авторских и смежных прав, на которые распространяется действие аккредитаций данных организаций, только при их сообщении в эфир и по кабелю, так как на доведение произведений и объектов смежных прав до всеобщего сведения их аккредитации не распространяются. Это значит, что для использования в деятельности интернет-радио и интернет-телевидения объектов авторских и смежных прав нет такой универсальной системы,

которая позволяла бы редакциям соответствующих сетевых изданий для правомерного использования любых объектов взаимодействовать только с одним контрагентом. Причем, в данном случае не имеет значение, является ли редакция интернет-радио или интернет-телевидения организацией эфирного и/или кабельного вещания (то есть осуществляет ли она помимо интернет вещания сообщение произведений в эфир или по кабелю) или осуществляет свою деятельность только в интернете. В любом случае, использование редакцией сетевого издания любого произведения или объекта смежных прав без заключения письменного лицензионного договора с правообладателями соответствующих объектов будет незаконным.

Также принципиальным является следующий вопрос – организации коллективного управления правами осуществляют управление и защиту только имущественных прав авторов/исполнителей/изготовителей фонограмм и т.д. Защиту своих личных неимущественных прав авторы осуществляют самостоятельно. Это вызывает широкое распространение нарушений данных прав.

Таким образом, использование объектов авторских и смежных прав в интернете и в деятельности интернет-радио и интернет-телевидения в частности, в соответствии с пп. 1) п. 2 ст. 1270 ГК РФ является самостоятельным видом использования данных объектов. Для данного способа в настоящий момент не предусмотрено такого универсального метода взаимодействия редакций сетевых изданий с правообладателями, как расширенное управление правами на коллективной основе. В настоящий момент РАО и ВОИС осуществляют расширенное управление правами в отношении таких видов использования произведений и объектов смежных прав, как публичное исполнение, сообщение в эфир и по кабелю. Однако, так как расширенное управление правами на коллективной основе осуществляется только на основании государственной аккредитации и только в отношении предусмотренных ст. 1244 ГК РФ сфер использования объектов авторских и смежных прав, доведение произведений до всеобщего сведения выпадает из сфер осуществления расширенного управления правами РАО и ВОИС. Это означает, что в отношении доведения произведений до всеобщего сведения действует общее правило, требующее получения разрешения от каждого правообладателя каждого использованного в деятельности интернет-радио и интернет-телевидения объекта авторских и смежных прав.

Конечно, ситуация не настолько пагубна, как можно было представить, так как, например, то же РАО обладает весьма крупной базой музыкальных

произведений. Их можно использовать на основании договора с данной организацией, но, тем не менее, этот массив произведений меньше, чем тот, который можно было бы использовать на основании договора с РАО, если бы законодательно была закреплена такая сфера расширенного управления правами, как доведение произведений до всеобщего сведения.

На Наш взгляд, решение данной проблемы возможно только за счет внесения изменений в п. 1 ст. 1244 ГК РФ в виде расширения перечня сфер, в которых может осуществляться расширенное управления правами на коллективной основе. Однако, данный вопрос требует особого детального рассмотрения и анализа, так как линейное распространение новой сферы расширенного управления правами на любое использование объектов авторских и смежных прав в интернете любыми субъектами навряд ли является решением проблемы, скорее наоборот, так как будет охватывать слишком широкую сферу использования произведений, что, скорее всего, приведет к неэффективности данного решения.

г. Воронеж

Литература:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всеобщим голосованием 12.12.1993 г. // «Российская газета». – 25.12.1993. – № 237.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая: Федеральный закон № 230 – ФЗ от 18.12.2006 г. //Собрание законодательства РФ – 2006. – N 52 (1 ч.). – ст. 5496.
3. Близнац И.А., Гаврилов Э.П., Добрынин О.В. Право интеллектуальной собственности: учеб. / И.А. Близнац, Э.П. Гаврилов, О.В. Добрынин [и др.]; под ред. И.А. Близнаца. – М.: Проспект, 2010. – 960 с.
4. Официальный сайт Общероссийской общественной организации Российское Авторское Общество / www.rao.ru
5. Официальный сайт Общероссийской общественной организации Всероссийская Организация Интеллектуальной Собственности / <http://www.rosvois.ru/>
6. Справочно-правовая система Консультант Плюс / <http://www.consultant.ru/>

Примечание:

1. Близнац И.А., Гаврилов Э.П., Добрынин О.В. Право интеллектуальной собственности: учеб. / И.А. Близнац, Э.П. Гаврилов, О.В. Добрынин [и др.]; под ред. И.А. Близнаца. – М.: Проспект, 2010. – С. 193





И. Пархоменко

Художественная платформа различных типов средств массовой информации

Аннотация: В данной статье рассматриваются художественные выразительные средства и приемы, характерные для различных типов средств массовой информации, через призму их взаимопроникновения (процесс конвергенции).

Ключевые слова: художественная публицистика; художественное выразительное средство; средства массовой информации; конвергенция СМИ; интеграция СМИ.

Художественные средства выразительности и приемы создания эмоционального эффекта встречаются в самых разных типах средств массовой информации. Одни из них уникальны для отдельных коммуникационных каналов, другие доступны всем без исключения. С точки зрения художественного текста, наиболее универсальна периодическая печать. Радиовещание, а вслед за ним и телевидение заимствовали у газеты жанры, приемы, а также художественную палитру средств работы со словом.

Таким образом, ключевой инструмент художественной выразительности в литературе и журналистике – слово – является основным художественным выразительным средством на радио и не менее важным компонентом материалов телевизионного эфира. Но радио и телевидение используют не просто слово, а слово звучащее, ведь важно не только то, что сказано, но и то, как сказано. Другими словами, важна интонация, манера говорить, тембр голоса говорящего.

Именно интонация подчеркивает своеобразие речи. Она способна нести в себе не только эмоциональную окраску, но и содержание сообщения. Предприняты даже попытки выразить количественное соотношение информации, передаваемой содержанием текста и его произнесением. Так, Е. А. Ножин пишет о том, что интонация может нести до 40% общего объема информации, заключенного в устном сообщении [1].

Речевая интонация – это форма эмоционально-волевого отношения говорящего к предмету речи и слушателю, выраженная в физических характеристиках звука и обусловленная видом общения, целью, характером, особенностями речевого контакта и ситуацией коммуникативного акта [2]. Значение голоса подчеркивают многие исследова-

дователи, причем начиная с давних времен. Еще в старой Италии существовал обычай, по которому в паспорте в числе прочих примет человека указывался и тембр его голоса. Окраска звука играет важнейшую роль в общении с другими людьми. Красивый, приятный тембр способен расположить к себе собеседников, а резкий, раздражительный – оттолкнуть. По голосу можно определить эмоциональное и психологическое состояние человека на данный момент. В эфире громкий насыщенный взрывной тембр неизменно сопровождает оптимистичные радиосообщения, печальные известия принято озвучивать, несколько уменьшая громкость голоса, усиливая грудной регистр и убирая при этом звонкость. В интерактивном вещании и рекламе возможно использование эмоционально контрастных тембральных характеристик, если они сопровождаются стратегией «обманутого ожидания». Например, звучит тихое, вкрадчиво-неприятное обращение, произнесенное пародийным «скрипучим» голосом: «Ну-ка, голубчик, открой ротик». А далее сразу громкий «гармонический» баритон объявляет: «Приглашаем на работу менеджеров по рекламе!» [3]. Все эти наблюдения касаются разных жанров – как информационных, так и аналитических, художественно-публицистических.

В свете восприятия аудиосообщения посредством слуха интерес представляет такое понятие, как синестезия – психологический феномен, помогающий осуществить перенос со слуховых ощущений на зрительные, обонятельные, кинестетические и др. Он приближает радио к телевидению с точки зрения эффективности воздействия на аудиторию.

Ряд главных формообразующих выразительных средств радиопублицистики вслед за звучащим словом продолжают музыка, шумы и, по мнению некоторых исследователей (В.В. Смирнов), монтаж. Музыкальное сопровождение задает определенное настроение и тон сообщению, будь то радиорепортаж, радиореклама или радиоочерк. Как правило, оно зависит от ситуации (могут использоваться тревожные, спокойные, грустные, веселые, зажигательные мелодии). От выбора музыки зависит эффект восприятия, который под воздействием звука может меняться, в то время как сам текст будет оставаться прежним.

Подбор музыкального сопровождения имеет большое значение и на телевидении. Музыка вокальная и инструментальная, классическая и современная – песни, симфонии, торжественные

Об авторе: Пархоменко Инна Викторовна, аспирант кафедры телевизионной и радиожурналистики ВГУ, inparhot@mail.ru

марши, оперы и оперетты, сонаты и сюиты – буквально все жанры можно встретить на телеэкране. С их помощью раскрываются идеи обобщенного и дополняются образы крупного плана, «озвучиваются» конкретные темы, выражаются чувства героев или самих авторов, их переживания, позволяющие глубже вникнуть во внутренний мир субъекта. Музыка может характеризовать место действия, подчеркивать национальность героев фильма, передавать черты определенной эпохи или даже сферу деятельности главного персонажа. К примеру, в документальном фильме «В поисках Бетховена» музыкой пронизан практически каждый кадр. И даже, если бы мы не знали названия произведения, оркестр и музыкальное вступление в самом начале фильма сразу же дали бы нам понять, что он посвящен известному композитору.

Основные элементы и выразительные средства музыки: лад, метр, ритм, темп свидетельствуют (даже есть сходство в терминологии) об общих закономерностях с экранным искусством [4]. Музыка не всегда тождественна изображению и может быть подана в форме некоего контраста, однако в большинстве случаев картинка и звук синхронны. Но даже если визуальное и слуховое начала подаются на разных эмоциональных платформах, их взаимопроникновение рождает единое зрительское впечатление.

Аудиосопровождение радиийного или телевизионного материала, помимо собственно музыки, могут дополнять всевозможные звуковые эффекты (шум улицы, звонящий телефон, вой сирены, рев моторов, скрип двери, плач ребенка, стук сердца, пение птиц, шум дождя, удар колокола, аплодисменты и т. д.). При сочетании слова, музыки, шумов повышается информативная насыщенность сообщения, которое может существенно влиять на подсознание слушателя, создавая в его представлении визуальную картинку. Шум – это звуки от какого-нибудь движения, от голосов и т. п., слившиеся в нестройное звучание (шум поезда; шум в зале) [5]. Шум не только в жизни обогащает восприятие действительности, но и на экране становится мощным выразительным средством в воссоздании окружающего нас мира. Строятся ли произведения на основе документального, игрового или анимационного материала, шумы играют значительную роль в их образной структуре [6].

В телевизионных художественно-публицистических материалах, в отличие от газетных и радиийных, преобладает визуальное начало. Не случайно многие исследователи придерживаются того мнения, что определение «оптико-волоконный» более точно, нежели «аудиовизуальный», хотя встречается оно крайне редко. Для телевидения характерны такие художественные средства и приемы, как точка съемки, фильтры, перспектива, цвет (черно-белое изображение – цветное), спецэффекты (многослойная экспозиция, микшер), надписи (надпись-посвящение, надпись-эпиграф и т. д.). От точки съемки зависит пластическая выразитель-

ность кадра, неразрывно связанная с масштабом изображения. Подчас правильный выбор плана – крупного, среднего или общего – серьезно влияет на восприятие картинки, образную трактовку сюжета, позволяет сконцентрировать внимание зрителя на той или иной детали. Примерами удачной точки съемки могут служить фильмы режиссера-оператора Ю. Подникса или, если говорить о кинематографе, оператора-постановщика В. Юсова («Андрей Рублев», «Иваново детство»).

Интересным по своей природе средством выразительности являются спецэффекты. Сегодня специальные эффекты активно применяются в создании кинематографических работ и телевизионных фильмов, однако появились они довольно давно – практически одновременно с кинематографом. Создателем классических спецэффектов, основанных на стоп-кадрах, покадровой съемке, двойной и многократной композиции, а также ускоренной и замедленной протяжке пленки, кашировании и других трюках считается Жорж Мельес [6]. Исходя из определения, спецэффектом называют технологический прием, применяемый для визуализации сцен, которые невозможно снять обычным способом. Спецэффекты, как известно, делят на две группы – визуальные и механические. К первым относят оптические эффекты (комбинированные съемки) и компьютерную графику. Механические (физические) спецэффекты предполагают обработку материалов перед съемкой – например, использование специального грима или пиротехники. В художественной публицистике используются спецэффекты обеих групп. Помимо спецэффектов в «чистом виде», в документальный фильм могут включаться фрагменты из работ героя телевизионного очерка, насыщенные кинематографическими спецэффектами. Так, в документальном фильме «Биография. Брюс Уиллис» используются эффектные кадры из фильмографии актера. В этом смысле телевидение снова выигрывает у радио – в радиийном очерке красивая картинка не играет никакой роли. Однако в случаях, когда героем программы является музыкант, радио позволяет слушателю лучше сконцентрироваться на аудиоакцентах, не отвлекаясь на видеоряд. Например, в авторской программе Юрия Охочинского на «Серебряном дожде» радиоочерки строятся как раз по такому принципу. Если говорить о звуковых эффектах в целом (они могут применяться как на телевидении, так и на радио), их спектр довольно широк – эхо, флэнжер, фэйзер, фильтрация звука, модуляция и многие другие.

Цвет – одно из самых распространенных средств художественной выразительности. Этот прием несет в себе огромную значимость для режиссеров документального кино и является излюбленным приемом многих из них. Черно-белое изображение помогает наполнить кадр особым художественным смыслом – подчеркнуть временные рамки, перенести зрителя в эпоху молодости героя и т. п. К примеру, в документальном фильме «Легенды

мирового кино. Фаина Раневская» черно-белое изображение сменяет цветное. Отрывки из кинолент с участием актрисы и ее фотографии – черно-белые, а вот кадры с участием ведущего и постановочные сцены – полноцветные.

Несмотря на лидирующие позиции изображения, не стоит забывать и о высокой значимости для телевизионной практики аудиосредств. Классическим примером эмоциональной нагрузки, формирующейся посредством звука, а не изображения, на телевидении может служить фрагмент фильма «Омало» режиссера В. Микеладзе. Слыша крик новорожденного младенца, зритель, несмотря на то, что не видит происходящего, понимает: в опустевшем селении горной Тушетии появился на свет ребенок.

Телевидение применяет те же формообразующие приемы, что и радиовещание (слово, музыка, шумы и монтаж) с той разницей, что здесь слово может быть не только звучащим, но и наглядным (надписи). Однако на телевидении вышеупомянутая звуковая палитра – важнейшее, но не первичное средство. К более узким аудиовизуальным возможностям телевидения (в отличие от общей категории звука) относятся озвучка и тишина.

Одни приемы доступны всем типам средств массовой информации, другие – лишь некоторым. Здесь возможны разные комбинации. К примеру, слово – категория, объединяющая все типы средств массовой информации; музыка, шумы, монтаж, как уже было отмечено, – общие средства для телевидения и радио. Надписи, помимо экрана, могут применяться в газетном материале, что роднит его с телевизионным. Также общим для газеты и телевидения является работа с цветом.

Едиными для всех типов средств массовой информации в случае глубокого анализа человеческого характера (очерк) могут быть такие базисные идеологические основы, как типизация и психологизм. В очерковых материалах также применяются художественные выразительные средства классического газетного очерка, предложенные Г.В. Колосовым, – деталь, речевая характеристика, точка зрения, пейзаж, интерьер. И, разумеется, признаком, объединяющим все типы средств массовой информации, который сводит их к единой точке – к категории слова – может выступать литературное средство речевой выразительности (фигура, троп). Это сравнение, метафора («Хочу обратиться к вам, братья! – крикнул духоподъемно в толпу Путин и прорычал девиз морпехов: «Движение – только вперед!» Журнал «Огонек», 2011 г.); олицетворение (С. Сурганова и Оркестр «Предчувствие смерти»: «Цифры на диске – и те со мной спорят»). Из музыкального оформления радиозфера); метонимия («Как сообщил в понедельник в Вашингтоне офис вице-президента Альберта Гора...» Газета «Известия», 1996 г.), каламбур или игра слов («Коммунистам в Татарстане ничего не светит, даже полумесяц») и многие другие.

Беспорный лидер эмоционального воздействия на адресата сообщения – телевидение, ведь только данный тип коммуникаций способен наглядно и образно, с широким набором задействованных органов восприятия человека преподнести информацию, важнейшим признаком которой является аудиовизуальная окраска. Однако с развитием и совершенствованием каналов передачи данных появляется возможность поспорить на тему того, какой тип средств массовой информации предоставляет наиболее полную информацию с точки зрения содержания, формы и эмоционального воздействия. Серьезным конкурентом телевидения на современном этапе развития журналистики становятся электронные средства массовой информации, и, прежде всего, конвергентные. Логично заключить, что конвергентные жанры используют некий синтез средств художественной выразительности, характерных для разных типов средств массовой информации – от письменности до звука и изображения. Таким образом, «двойная» или «тройная», если можно так выразиться, сила одновременного эмоционально-образного воздействия будет гораздо эффективнее влиять на аудиторию.

Конвергенция настолько плотно вошла в мир электронных средств массовой информации, что стала своеобразным атрибутом повседневной жизни аудитории, которая все чаще получает информацию из интернета. Число пользователей всемирной сети растет с каждым днем. По данным ресурса «Pingdom», в декабре 2011 года в мире существовало 555 млн веб-сайтов и 300 млн из них появились именно в 2011 году.

Конвергенция, как, впрочем, и другие явления современного языка средств массовой информации, характерна в первую очередь для информационных жанров. Примеров конвергенции в СМИ довольно много, один из них – официальный сайт русской службы ВВС, где мы находим все типы передачи информации – от текста до видеоролика. Существуют интернет-сайты, которые не просто предоставляют аудитории видеоматериалы, но создают и свою специализированную телевизионную службу. К примеру, на сайте агентства бизнес-информации «Абирег» (г. Воронеж) существует специализированный раздел – «AbiregTV», наполнением которого занимаются профессиональные телевизионщики.

Информационные интернет-ресурсы бурно развиваются, в то время как художественная публицистика, равно как и аналитика, чаще всего играют роль дополнения к ним, не являясь при этом отдельными самостоятельными единицами. Специализированных сайтов, посвященных художественно-публицистическим жанрам, крайне мало. Чаще всего это «смешанные» ресурсы.

В интернет-пространстве художественно-публицистические материалы, как правило, представлены в форме письменного текста или телевизионного (видео) материала. В первом случае это

электронные версии печатных изданий. В разных городах, в том числе в Воронеже, появляются новые газеты и журналы или приложения к уже существующим изданиям, а также рубрики, освещающие культурную жизнь столицы Черноземья, – газета «Время культуры», журнал «Воронежский телеграф» и другие. В них нередко можно встретить художественную публицистику, в частности, в жанре очерка. В газете «Время культуры» даже есть отдельная рубрика «Личность».

Надо отметить, что электронные версии чаще всего идут простым путем, дублируя в сети печатные оригиналы материалов. Соответственно, художественные выразительные средства электронных версий не отличаются от печатных. Если мы анализируем тексты с точки зрения художественной образности, налицо будет тот факт, что современный очерк «мельчает». Яркие детали, глубокий психологизм, оригинальные метафоры и сравнения, – словом, художественная выразительность, присущая жанру в былые годы, – сегодня практически отсутствуют. Как правило, информация подается сухим, «полуинформационным» языком и в большинстве материалов сводится к пересказу биографических сведений. Однако эта ситуация не критична и современным очеркистам так же не чужда образность. К примеру, автор материала «"Поэт-надомник" в окружении гостей», опубликованного во «Времени культуры», использует в тексте следующее воспоминание К. Чуковского о С. Маршаке: «Был он тогда худощавый и нельзя сказать, чтобы слишком здоровый, но, когда мы проходили по улице, у меня было странное чувство,

что, если бы сию минуту на него наскочил грузовик, грузовик разлетелся бы вдребезги, а Маршак как ни в чем не бывало продолжал бы свой стремительный путь – прямо, грудью вперед, напролом» [7]. Несомненно, после прочтения этих строк, наполненных яркой метафорой, перед глазами сразу же вырисовывается образ поэта, а значит, художественный текст выполняет свою главную функцию.

2. Воронеж

Литература

1. Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики / В. В. Смирнов // http://evartist.narod.ru/text9/43.htm#з_01
2. Там же.
3. Сомова Е. Тембральная метафоризация в радиоречи / Е. Сомова // RELGA №06 [279] 22.05.2014 // <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=360&level1=main&level2=articles>
4. Горюнова Н. Л. Художественно-выразительные средства экрана / Н. Л. Горюнова // <http://www.litmir.net/br/?b=130639>
5. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М.: ООО «Издательство Оникс», 2005.
6. Горюнова Н. Л. Художественно-выразительные средства экрана / Н. Л. Горюнова // <http://www.litmir.net/br/?b=130639>
7. Гезенцевей К. «Поэт-надомник» в окружении гостей / К. Гезенцевей // Время культуры // <http://vremyakultury.ru/poet-nadomnik-v-okruzhenii-gostej/>





А. Черваков

Между оппозиционностью и деструктивностью:

к проблеме установления критериев социальной ответственности политического журналиста

Аннотация: Статья посвящена проблеме разграничения конструктивной критики власти, основанной на социальной ответственности СМИ, и критики, носящей деструктивный и безответственный характер. Автор формулирует пять требований, соблюдение которых журналистами – вне зависимости от того, провластно или оппозиционно они настроены – свидетельствует об их приверженности высокой миссии журналистики (содействие сохранению и развитию общества). В статье также подчеркивается, что государственные структуры вправе учитывать позицию СМИ при информационном взаимодействии. Однако оценка деструктивности медийной деятельности, если она ведется в рамках закона, должна быть прерогативой не госорганов, а самого журналистского сообщества.

Ключевые слова: социальная ответственность, социальное управление, СМИ, государственные институты, оппозиционность, деструктивность, журналистское сообщество.

Закрепление свободы слова как фундаментального права в Конституции РФ подразумевает, что его реализация должна осуществляться во благо обществу, а не во вред. Именно на такой аксиоме базируются все законодательные ограничения, накладываемые на деятельность СМИ. Применение некоторых из них на практике относительно редко вызывает дискуссии по вопросу о чрезмерности госвмешательства в деятельность массмедиа: например, такое: «Запрещаются распространение в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров...»¹ Другие правовые нормы, определяющие пределы допустимого для журналиста, напрямую касаются политической сферы и при приведении в действие чаще вызывают споры о правомерности государственного воздействия на редакцию или автора. Это, например, относится к экстремистским материалам, идеологически

нацеленным на «насильственное изменение основ конституционного строя и нарушение целостности Российской Федерации»; «публичное оправдание терроризма»; «возбуждение социальной, расовой, национальной или религиозной розни»². Однако при осуществлении правоприменительной практики вырабатываются более совершенные подходы к регулированию данных правоотношений.

Вместе с тем стоит обратить внимание на случаи, когда законодательство не нарушается, но медийные сообщения представляются вредоносными для общества. В этом случае мы говорим, что журналист, издание занимают деструктивную позицию. И ее следует отличать от оппозиционной линии, придерживаясь которой, СМИ – за счет критики власти, важных общественных институтов – может способствовать осуществлению более эффективного социального управления. Проведение же деструктивной линии оказывает только разрушительное, негативное влияние на общественное развитие.

Вопрос в том, как различить оппозиционный и деструктивный характер деятельности СМИ. Предлагается следующий набор требований, соблюдение которых отличает первое от второго.

1. Следование в русле национальных интересов собственной страны, а не иностранных государств.

При оппозиционном отношении к происходящему в политической сфере можно не соглашаться с внутренней и внешней политикой государственного руководства. Но поддержка усилий по нанесению вреда собственной стране и собственному народу извне – например, оправдание санкций против России, тем более призывы к их введению – является уже деструктивной позицией. Поэтому оценка воссоединения Крыма с Россией как «агрессии» и «аннексии», предполагающая необходимость экономического и военного давления на нашу страну, – это переход из оппозиционности в деструктивность. И эту черту, как представляется, переступила публицист Елена Санникова в своей колонке на портале «Грани.ги»: «Как поделить ее горечью и грустью той России, которая не хочет войны, которая не согласна с теми, кто завладел властью в стране и сделал ее страной-узурпатором, страной-захватчиком, страной-грабителем?»³

Об авторе: А. Черваков, преподаватель факультета журналистики ВГУ, кандидат филологических наук.

2. Направленность критики против властных фигур, групп, но не государственных институтов и конституционного строя.

Государственные и политические деятели, политические группировки, фракции в законодательных и представительных органах власти – это вполне уместные объекты для критики, причем самой жесткой, если на то есть серьезные основания. Но критика не должна подрывать авторитет государственных институтов как таковых, что чревато дестабилизацией общественно-политической обстановки со всеми вытекающими негативными последствиями. Даже принятие Госдумой законов, которые журналисту представляются абсурдными, не дает оснований подвергать обструкции российский парламент как госинститут, отождествляя его с группой депутатов, голосующих за принятие сомнительных с чьей-то точки зрения законопроектов (даже в том случае, если они составляют подавляющее большинство в нижней палате текущего созыва). Эту грань, судя по всему, перешел блогер Юрий Магаршак в своей публикации на сайте радиостанции «Эхо Москвы»: «...Слово ГОСДУРА пошло в народ, как анекдоты при Хрущеве и Брежнев. А значит, отражает реальность. А это уже серьезно»⁴.

3. Взвешенная, а не радикальная модальность (градус) критики.

Практически всегда предмет критики журналиста имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Рассмотрение его через призму всех обнаруженных аргументов «за» и «против» отличает взвешенный подход к освещению происходящего в политической сфере, пусть даже в своих выводах автор склоняется к негативной оценке. В то время как радикальное отсечение одних и концентрация внимания на других, игнорирование «плюсов» и выявление только «минусов» указывает не на оппозиционное, а деструктивное отношение журналиста к предмету его внимания. Ярким примером является вошедшая в медийный обиход характеристика «Единой России», в которой, как и в любом массовом политическом объединении, встречаются люди с самым разным моральным уровнем: «Народ понял, кто есть жулики и воры, и за кого голосовать не надо. По крайней мере, народ понял, под чьей вывеской они ходят на выборы. Но ПЖиВ изловчилась и вернула смешанную систему»⁵.

4. Презумпция ответственности и легитимности власти.

Доверие к власти, ее носителям и представителям является важным условием нормального общественного развития. Поэтому оппозиционное, а не деструктивное СМИ исходит из того, что значимые властные фигуры, команды, группы являются ответственными (некоррупцированными, отстаивающими общественные интересы, придерживающимися высоких моральных принципов) и легитимными (обладающими законным мандатом на социальное управление), пока об обратном не будут свидетельствовать веские и убедительные доказательства. Их поиск может быть главной це-

лью массмедиа, но только получение таковых является для журналистов поводом для выдвижения обвинений в адрес политических лидеров.

Так, набили оскомину рассуждения о коррупции в ходе подготовки проведения зимней Олимпиады-2014. Но на информационных ресурсах можно было встретить обвинения в «распилах» и «откатах» ответственных за организацию игр должностных лиц еще до того, как средства были израсходованы – как, например, в случае с сообщением, датированным 15 августа 2011 года, под заголовком: «Нашу Рашу ждет Распилиада»⁶.

Показательны два высказывания заместителя главного редактора «Новой газеты» Андрея Колесникова о президенте Владимире Путине.

Первое отражает мнение, основанное на его интерпретации политики национального лидера, и представляется вполне корректным отражением оппозиционного дискурса: «Это абсолютно типичный популистский автократ. [...] Он похож на какого-нибудь Перона, генерала Франко»⁷. Второе, фактически отрицающее право действующего главы государства на управление страной, видится деструктивным: «...Путинское государство не мое, Путин не мой президент»⁸.

5. Уважение исторической памяти и государственных символов.

В любом государстве есть ценности, которые являются общепризнанными, которые образуют основу для национального единства, – имена основателей и героев, государственный герб и флаг. В России к таковым безусловным ценностям относится память о Победе в Великой Отечественной войне. И скандально известный опрос телеканала «Дождь», вызвавший бурные споры об адекватности реакции общества на работу журналистов, стоит рассмотреть в другой плоскости. Постановка вопроса: «нужно ли было сдать Ленинград, чтобы сберечь сотни тысяч жизней?»⁹ – допускает напрасность жертв, т. е. открывает дискуссию относительно тех объединяющих наш народ ценностей, которые не могут быть предметом спора.

Нарушение перечисленных требований не в последнюю очередь объясняет негативные оценки, которые дают журналистскому корпусу политологи, придерживающиеся даже разительно отличающихся взглядов. Андраник Мигранян: «...Лучше договариваться с неидеальной, но вполне вменяемой властью, чем следовать бредовым и абсолютно безответственным лозунгам и призывам той части радикальной оппозиции, которая вышла из околжурналистской и околбогемной тусовки»¹⁰. Александр Дугин: «Это люди, которые ненавидят Россию, наш народ и суверенитет. Это “пятая колонна”. Она представлена в правительстве, в средствах массовой информации, в среде интеллигенции, в научном и экспертном сообществах»¹¹.

И в случае, когда деструктивные проявления в СМИ не выходят за рамки закона, возникает два вопроса: 1) кто вправе определять вредоносность публикаций, передач; 2) какие санкции могут за это последовать.

Здесь важно подчеркнуть, что арбитром в данном деле могут выступать только общественные институты, прежде всего – творческие объединения самих журналистов, имеющих разные взгляды. Государственные органы, равно как и иные социальные институты, находящиеся в фокусе публичного внимания, являются заинтересованной стороной и вряд ли смогут адекватно проводить водораздел между конструктивной критикой и деструктивными проявлениями на таком крайне дискуссионном поле, как освещение политической жизни.

Санкции же в этом случае, как представляется, не должны основываться на государственном принуждении. Сейчас – в условиях меняющихся форматов общественного диалога – появляется много площадок взаимодействия государственных структур и СМИ в дополнение к тем формам сотрудничества, которые установлены законом. При общении с журналистами и редакциями, уличенными в деструктивной медиаактивности (пусть и не нарушающей правовые нормы), разумеется, власть обязана выполнять все предусмотренные законом обязательства (предоставление информации по запросу, отсутствие дискриминации при аккредитации на публичные мероприятия). Но доступ на дополнительные коммуникативные площадки для таких авторов и изданий целесообразно ограничивать – либо с согласия, либо по инициативе творческих объединений, которые вправе определять меру деструктивности СМИ.

2. Воронеж

Примечания:

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 02.07.2013) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2013) // Консультант плюс.

2. Федеральный закон от 25.07.2002 N 114-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О противодействии экстремистской деятельности» // Консультант плюс.

3. Россия, которая потеряла // Грани.ru – URL: <http://grani.ru/opinion/m.227228.html> (дата обращения: 08.04.2014).

4. Госдур не оговорка. Госдур это общественный феномен. // Радио Эхо Москвы. – URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/ym4/1026554-echo/> (дата обращения: 12.04.2014).

5. Выборы в Госдуму будут проходить по смешанной системе // ABC Новости. – URL: <http://abcnovosti.ru/eksklyuziv/2220-vybory-v-gosdumu-budut-prokhodit-po-smeshanoj-sisteme.html> (дата обращения: 12.04.2014).

6. Нашу Рашу ждет Распилиада // Новый взгляд время. – URL: <http://www.vladtime.ru/2011/08/15/nashu-rashu-zhdet-raspiliada.html> (дата обращения: 12.04.2014).

7. Космический рейтинг президента Путина // Радио свобода. – URL: <http://www.newsru.com/russia/27jan2014/leningrad.html> (дата обращения: 12.04.2014).

8. Космический рейтинг президента Путина // Радио свобода. – URL: <http://www.newsru.com/russia/27jan2014/leningrad.html> (дата обращения: 12.04.2014).

9. В Госдуме резко раскритиковали опрос «Дождя» о блокаде Ленинграда // Интерфакс. – URL: <http://www.interfax.ru/russia/354056> (дата обращения: 12.04.2014).

10. Политолог Андраник Мигранян — о том, почему власти удалось перехватить инициативу у оппозиции // Известия. – URL: <http://izvestia.ru/news/542233> (дата обращения: 12.04.2014).

11. Политолог Александр Дугин: «Оппозиция на Болотной – это вершина айсберга» // Коррупции.NET. – URL: <http://www.corruption.net/aboutnews/item-545.html> (дата обращения: 12.04.2014).





Е. Ткачева

История третьей волны эмиграции из СССР в зеркале русской прессы в Нью-Йорке

(на материале «Колонок редактора»

С. Довлатова в газете «Новый американец»)

Аннотация: Статья посвящена анализу «Колонок редактора» (1980-1982) Сергея Довлатова в эмигрантской газете «Новый американец», выходящей в Нью-Йорке. Анализируя тематику и содержание текстов, автор приходит к выводу, что колонки образуют единый макротекст, который не только запечатлел историю творческих поисков С. Довлатова и создания эмигрантского издания, но и стал подлинной летописью третьей волны русской эмиграции.

Ключевые слова: Сергей Довлатов, «Новый американец», колонка, текст, тематика, третья волна русской эмиграции.

Газета «Новый американец» возникла как печатный орган третьей волны эмиграции в Нью-Йорке. Одним из создателей и идейных вдохновителей издания был сегодня уже знаменитый, а тогда еще не оцененный широкой аудиторией писатель Сергей Довлатов. Два года он был главным редактором и постоянным автором «Нового американца». За это время газета нашла своих читателей и завоевала их доверие, превратившись из экспериментального проекта в заметное культурное явление.

Каждый номер издания открывала «Колонка редактора», написанная Сергеем Довлатовым. Примечательно, что эта рубрика возникла, когда Довлатов официально стал главным редактором, и исчезла вместе с его уходом из редакции.

Причины возникновения такой формы общения с читателями редактор раскрывает в одной из своих колонок: «Колонки редактора появились не от хорошей жизни. Необходимо было что-то доказывать уважаемой публике. О чем-то просить. Освещать какие-то подробности редакционного быта. Короче – быть посредником между читателем и газетой» (НА № 71, 21-27 июня 1981 г.)¹.

Состав аудитории «Нового американца» имеет определяющее значение в выборе тем, поэтому

считаем важным чуть подробнее охарактеризовать читателей издания – тех, к кому обращался Довлатов в своих публицистических опусах.

Газета была создана в США для эмигрантов из стран Советского Союза в 1979 году. Название издания придумал Борис Меттер: новыми американцами «в НАЯНе, нью-йоркской организации, принимавшей и опекавшей вновь прибывших, называли новых эмигрантов»². Первоначально газета создавалась как еврейское издание, что было связано с требованиями основного инвестора. Исторически и политически это было отчасти оправдано, поскольку «Новый американец» создавался как орган печати именно третьей волны эмиграции, а она во многом состояла из евреев. В этот период советские власти приоткрыли «железный занавес» для граждан еврейской национальности, желающих воссоединиться с семьей за рубежом. Считаем необходимым подчеркнуть, что «новыми американцами» третьей волны были не только евреи, состав аудитории был значительно шире и разнороднее.

В одной из колонок (НА № 76, 26 июля-1 августа 1980 г.) Сергей Довлатов обрисовал редакционные споры о том, кто же собственно читает газету. По его наблюдениям, это и Брайтон, где «живут энергичные, предприимчивые люди», которым «нужны практические сведения, реклама, хроника, бизнес», и «рафинированная интеллигенция», которую «которую волную проблемы искусства, философии, религии», и евреи, для кого наибольший интерес представляет еврейская история и жизнь в Израиле, и «бывшие советские граждане», которым важно знать, что происходит на родине, и «сотни подписчиков вне Америки»...

С. Довлатов немного утрирует, изображая читателей газеты, что свойственно его поэтике в целом, однако по существу верно описывает различные группы, образующие аудиторию «Нового американца». Действительно, газета издавалась в Нью-Йорке, и большинство читателей проживало именно в этом мегаполисе, в русском квартале Брайтон Бич. В Америке вчерашние советские граждане учились жить по законам рыночной

Об авторе: Ткачева Елена Викторовна, аспирант кафедры средств массовых коммуникаций Южного федерального университета.

экономики, которые плохо знали, и им нужна помощь в адаптации в новых социально-экономических условиях. Третья волна эмиграции из Советского Союза была представлена творческой и технической интеллигенцией с соответствующим уровнем культуры и информационными запросами. Среди эмигрантов было немало евреев, но сам Довлатов, наполовину армянин и наполовину еврей, не считал национальный признак определяющим. Большинство читателей газеты, как и ее создатели, не так давно покинули Советский союз, в союзе у них оставались родственники и друзья, к чьей судьбе они не могли быть равнодушны и потому с нетерпением и тревогой ждали новостей из-за океана. Наконец, газета продавалась в четырнадцать странах, где проживали выходцы из разных республик СССР. Следует добавить, что читали газету и в Советском союзе, куда она тайно привозилась, о чем в частности свидетельствуют переписка Довлатова.

Различные по социальному, профессиональному, этническому и географическому статусу группы читателей «Нового американца» объединяло, прежде всего, общее прошлое, неприятие советской действительности и отъезд из страны. Кроме того, все эмигранты столкнулись с необходимостью адаптации к новым политическим и экономическим реалиям, бытовым и культурным особенностям в чужой стране.

Сергей Довлатов приехал в феврале 1979 года и вместе со своей аудиторией, на страницах новой газеты, переживал адаптацию к эмиграции. Личный опыт «нового американца» Сергея Довлатова и понятные ему интересы и проблемы тысяч других эмигрантов определяли тематическую направленность «Колонок редактора».

Анализ редакторских текстов Довлатова позволил выделить основные тематические блоки:

Творческая и редакционная жизнь

Внутриредакционная жизнь и политика газеты «Новый американец» – одна из основных тем довлатовских выступлений. Выход этой темы на первый план обусловлен временем появления нового издания и журналистской средой, в которой возник «Новый американец». «На дворе стояло начало 80-х, на востоке – незыблемый Советский Союз, а наша третья волна эмиграции только-только обособывалась в Штатах. Там единственным источником информации по-русски была ежедневная газета «Новое русское слово», где тон задавали первые две волны. В целом эмиграция идеологически представляла собой монолит не хуже советского, только с обратным знаком. <...> Либеральный «Новый американец» попытался нарушить единомыслие»³, пишет Петр Вайль.

Газета Довлатова, как и «Новое русское слово», издавалась на русском языке и для эмигрантов из СССР, но при этом должна была максимально отличаться от него в принципе отбора и подачи информации. Колонки редактора появились во мно-

гом для того, чтобы объяснить читателям политику издания, которая была нова и непривычна.

Довлатов понимал, что недостаточно в узком редакционном кругу объявить газету свободной и демократической, недостаточно даже сохранять должный уровень дискуссий и обеспечивать свободу слова и мнения – необходимо объяснить читателю, как понимает «Новый американец» свою миссию, и продвинуть это понимание в массы.

В колонках главный редактор рассказывал, с какими трудностями сталкивается редакция, как их удастся или пока не удастся решить. Многие ключевые вопросы освещались непосредственно в «Колонках редактора»: например, вопрос национальности газеты и состава ее аудитории. В редакторском выступлении Довлатов обосновывает право газеты писать без всяких позиций, без политической предвзятости и пропаганды. Колонки зачастую представляют собой программные материалы, в которых редактор определяет направление и задачи издания:

«Дальнейшее прошу напечатать крупными буквами. Чтобы все было ясно как школьнику, так и любому старику:

МЫ – НЕ ПРОТИВ! МЫ – ЗА! ЗА ПРАВДУ! ЗА СВОБОДУ! ЗА ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ДОСТОИНСТВО! ЗА МИР И КУЛЬТУРУ! ЗА УЛЫБКУ И ЮМОР! ЗА МАТЕРИАЛЬНЫЙ ДОСТАТОК! ЗА ДРУЖЕЛЮБИЕ И КОРРЕКТНОСТЬ! ЗА СВОБОДУ ДУХОВНЫХ И НРАВСТВЕННЫХ ПОИСКОВ! ЗА МУЖЕСТВО И ТАЛАНТ! ЗА НАШУ МНОГОСТРАДАЛЬНУЮ РОДИНУ! ЗА ПРИЮТИВШУЮ НАС БЛАГОРОДНУЮ И ГОСТЕПРИИМНУЮ АМЕРИКУ! ЗА ЖИВОЙ, БЕСКОНЕЧНО МЕНЯЮЩИЙСЯ, ВЕЛИКИЙ РУССКИЙ ЯЗЫК!» (НА № 59, 24-31 марта 1981 г.).

Редакторские тексты позволяют проследить процесс становления нового издания, узнать о внутриредакционной «кухне», трудностях и успехах газеты. Колонки не только посвящают читателей во внутренние споры, но и пытаются включить их в дискуссию.

Отдельной темой редакторских выступлений С. Довлатова стали споры со старейшим эмигрантским изданием – ежедневной газетой «Новое русское слово». Позднее в колонках упоминается и созданная Евгением Рубиным после ухода из «Нового американца» «Новая газета».

Конфликт с «Новым русским словом» был достаточно острым: владелец «НРС» Андрей Седых не только отказался печатать в своей газете рекламу и условия подписки на «Новый американец», но и препятствовал сотрудничеству журналистов, печатавшихся в «НРС», с молодым изданием. Такая позиция вызвала негодование Довлатова. Напряженные отношения между редакциями эмигрантских изданий разных поколений сохранялись все время существования «Нового американца».

Накал страстей вокруг конкурентной борьбы изданий хорошо демонстрирует колонка редактора, которая представляет собой открытое письмо «Новому русскому слову»:

«Мы считаем, что, при всех различиях, интессы трех эмигрантских волн – едины. Корни – едины. Цели – едины. Проблемы – едины...

Наконец, мы осмеливаемся внести следующие конструктивные предложения:

1. Организовать заседание «Круглого стола» при участии лучших журналистов трех эмигрантских волн. Тема заседания: «Проблемы объединения русских эмигрантов в Америке».

2. Предложить руководителям «НРС» дать обстоятельное интервью корреспондентам «Нового американца».

3. Опубликовать в двух газетах серии проблемных материалов на эмигрантские темы.

4. Оставить за каждой газетой безусловное право на самостоятельное развитие.

5. Считать деловую и творческую конкуренцию абсолютно нормальным явлением. Смело критиковать взаимные промахи и недостатки. Не опускаясь при этом до антагонизма и вражды...» (НА, № 24, 25 июля – 1 августа 1980 г.).

Примечательно, что сам факт существования колонок редактора С. Довлатов являлся отличительной особенностью «Нового американца» от «Нового русского слова» и «Новой газеты». Об этом пишет Елена Довлатова: «Колонки в значительной степени определяли лицо газеты, ее отличие от «Нового русского слова» и от еженедельника «Новая газета», которую стал выпускать Рубин после того, как «Новый американец» ушел от него. Колонки редактора в большой степени создавали атмосферу участия читателя в жизни газеты»⁴.

Отвлеченная философская тематика

Философская тематика также занимает важное место в колонках редактора Сергея Довлатова. Автор рассуждает о религии, о свободе, о морали и ответственности. Обращение к этим темам вписано в контекст новых условий жизни в чужой стране.

Нерелигиозный Довлатов задумывается о смысле жизни и ее конечности (НА № 19, 17-22 июня 1980 г.): «Придет когда-то смерть и вычеркнет меня. И что же в результате – лопух на могиле? Неужели это – все, предел, итог? Или наши души бессмертны? Но тогда мы обязаны дорожить каждой минутой! Каждой минутой...», – и это звучит как призыв со смыслом прожить свою жизнь.

Тема свободы является одной из ключевых в публицистике Довлатова. Свобода рассматривается как основа редакционной политики «Нового американца» и шире – как основа цивилизованного демократического общества. «Еще раз говорю – нет святых при жизни! Нет объектов вне критики! Нет партийных указаний! Нет методических разработок! Нет обкомовских директив!» – пишет Довлатов в одной колонке (НА № 20, 23-28 июня 1980 г.).

Газету «Новый американец» и ее главного редактора не раз обвиняли в несерьезности тематики. В ответ на это Довлатов, будучи во многом продолжателем чеховских традиций и настоящим

ценителем юмора, о чем, в частности, пишет исследователь Г.А. Доброзракова⁵, отстаивает право на смех: «Юмор – украшение нации. В самые дикие, самые беспросветные годы не умирали язвительная и горькая, простодушная и затейливая российская шутка. И хочется думать – пока мы способны шутить, мы остаемся великим народом!» (НА № 41, 19-25 ноября 1980 г.)

Новые социально-экономические условия, чужой язык и незнакомая культура подчас дезориентировали эмигрантов, стирались моральные ориентиры, нравственный выбор каждому необходимо стало самостоятельно делать нравственный выбор. Довлатов настаивал, что базовые нравственные понятия остаются неизменными независимо от места и времени. В одной из колонок (НА № 39, 5-11 ноября 1980 г.) Довлатов описывает случай, произошедший с ним в американском метро. В вагон зашли хулиганы, которые вели себя некультурно. Казалось бы, обычное дело, такое случается и в СССР, и в США, и в Индии. Перед Довлатовым встал выбор – как поступить? По-хорошему, он знал, что делать в таких ситуациях, в союзе без колебаний утихомирил шпану, но в чужой стране им овладела неуверенность: «Языка толком не знаю. Порядков не знаю. Скажут что-то – не пойму. То ли извиняются, то ли дальше оскорбляют. А вдруг – стрелять начнут?» Пока эмигрант раздумывал, худой американец средних лет простыми словами, которые знал и Довлатов и «сам все это мог произнести без акцента», прекратил хулиганство. На этом история заканчивается, Довлатов предоставляет читателю самостоятельно делать выводы.

В другой колонке (НА № 42, 26 ноября-28 декабря 1980 г.) редактор «Нового американца» напоминает, что обретенная свобода не только дарит права, но и предполагает обязанности, увеличивает личную ответственность: «Слов нет, КГБ – злобешая организация. Но и мы порой бываем хороши. И если мы ленивы, глупы и бездарны, то Андропов тут ни при чем. У него своих грехов достаточно... Так давайте же взглянем на себя критически и беспристрастно. Будем учиться выслушивать своих противников. Терпимо относиться к чужому мнению. Соблюдать элементарные приличия».

Колонка «Интеллигентами себя называют все...» (НА, № 74, 12-18 июля 1981 г.) посвящена противоречивому понятию интеллигентности. По точному наблюдению Довлатова, считают себя интеллигентными людьми едва ли не все, даже карманник Чалый в лагере особого режима. «Интеллигентность путают с культурой. С эрудицией. С высшим образованием или хорошими манерами. Даже с еврейским происхождением...», – пишет он. В эмиграции определиться с этим понятием становится сложнее, ведь «интеллигентны вынуждены менять свои профессии. Музыковеды становятся бухгалтерами. Кинорежиссеры – агентами по недвижимости. Художники – лифтерами и охранниками». К точному определению автор так и не приходит, он убежден лишь в том, что не

бывает бывших интеллигентов и «интеллигент за баранкой остается интеллигентом».

Еврейская тематика

Примечательно, как по-новому у Довлатова (армянина по отцу и еврея по матери) раскрывается еврейская тема. Напомним, изначально сама газета «Новый американец» позиционировалась как еврейская. Вопреки ожиданиям в колонке главного редактора (НА № 49, 14-20 января 1981 г.) звучит призыв не впадать в крайности в восхвалении еврейского народа. «Заниматься самовосхвалением – непристойно. Восхвалять свой народ, принижая другие, – так же глупо и стыдно», – пишет Довлатов. Для убедительности он приводит в пример некоего знакомого Гришу Певзнера, который «при слове «еврей» лез драться» и «был уверен, что защищает свое национальное достоинство».

На противопоставлении отношения к еврейскому происхождению в СССР и в эмиграции эта тема развивается и в другой колонке (НА, № 75, 19-25 июля 1981 г.). «Еврей – знай свое место! В школе добивайся золотой медали. В институте будь первым. На службе довольствуйся второстепенной ролью. А не еврей – докажи! Предъяви документы. Объясни, почему ты брюнет? Почему нос горбатый? Почему «эр» не выговариваешь? Почему ты Наумович? Или даже Борисович? Про Абрамовичей я уж и не говорю...», – описывает Довлатов абсурдную ситуацию в советской действительности. Евреи в эмиграции сталкиваются с противоположным, но не менее абсурдным отношением: «И выяснилось, что евреям быть не каждому дано. Что еврей – это как бы почетное звание. И вновь мы слышим – докажи! Предъяви документы. Объясни, почему ты блондин? Почему без затруднения выговариваешь «эр»? Почему ты Иванович? Или даже Борисович?..». Свою позицию автор выражает весьма недвусмысленно: «Между прочим, это и есть расизм. Ненавидеть человека за его происхождение – расизм. И любить человека за его происхождение – расизм. <...> Будь евреем. Будь русским. Будь грузином. Будь тем, кем себя ощущаешь. Но будь же и еще чем-то, помимо этого... Например, порядочным, добрым, работающим человеком. Любой национальности...».

Сравнение советской и американской жизни

Сквозным мотивом в редакторских текстах проходит сопоставление государственного устройства и жизни в Советском Союзе и США. Редактор рассуждает о том, как меняется профессиональная жизнь в связи с эмиграцией, вынуждая осваивать, пробовать десятки профессий, но приходит к позитивному выводу, что талантливым и трудолюбивым удастся найти себя и самореализоваться в профессии. Подтверждает свой вывод он многочисленными примерами музыкантов Ростроповича, Пономарева, Сермакашева и Батицкого, литераторов Поповского, Парамонова, Соловьева, Клепикова и Алешковского... «Мои товарищи Вайль и Генис сменили

десятки профессий. Насколько я знаю, вершина их советской биографии – пожарная команда. А теперь уважаемые люди. Критики. Попробуй тронь!», – живо рассуждает Довлатов (НА № 25, 1-5 августа 1980 г.), а заканчивает редакторскую колонку обращением к собственной биографии, что, казалось бы, нескромно, но он делает это так изящно, с легким привкусом самокритики и самоиронии. – Лично я стал тем, кем был, наверное, и раньше. (Просто окружающие этого не знали.) То есть – литератором и журналистом. Увы, далеко не первым. И, к счастью, далеко не последним».

Другой редакторский опус (НА № 28, 19-26 августа 1980 г.) посвящается разному пониманию дружбы в США и в Советском Союзе. Начинается колонка с жалоб приятеля автора, что «с американцами дружить невозможно. Это холодные, черствые, меркантильные люди». Довлатов признает существующую разницу, но видит в ней не только негативные черты:

«Да, американцы сдержаннее нас.

В душу не лезут. Здесь это не принято.

Если разводятся с женой, идут к юристу. (А не к Толику – водку жрать.)

О болезнях рассказывают врачу.

Сновидения излагают психоаналитику.

Идейного противника стараются переубедить. А не бегут жаловаться в первый отдел...».

При этом автор убежден, что не всегда американцами практический расчет и доказывает это собственным опытом американской дружбы.

Сравнение советских и американских пенсионеров (НА № 80, 23-29 августа 1981 г.) оказывается не в пользу первых: «Вспомните раздражительных советских пенсионеров. Вспомните их усталые, хмурые лица. Их дешевые папиросы. Их черные пальто и бесформенные скороходовские туфли. Их возбужденные, недовольные голоса:

– Я, мамаша, Перекоп брал! А ты мне чекушку без очереди не даешь...

А теперь пожалуйста к нам в Форест-Хиллс.

Вы только посмотрите, как одеты наши старики! Как они моложавы и элегантны! Как доброжелательны и любезны!»

Автор стремится к объективности оценок, подчеркивая, что Америка далеко не по всем позициям выигрывает у его оставленной родины (НА № 78, 9-15 августа 1981 г.): «Режьте меня, четвертуйте, но спички были лучше здешних. <...> Милиция в Ленинграде действовала оперативней. <...> Если крикнуть на московской улице: «Помогите!» – толпа сбежится. А тут – проходят мимо. Там в автобусе места старикам уступали. А здесь – никогда. <...> В общем много было хорошего. Помогали друг другу как-то охотнее. И в драку лезли, не боясь последствий. И с последней десяткой расставались без мучительных колебаний».

Есть вещи, которые выше географии и эпохи, находятся на другом уровне восприятия и имеют куда более важное значение, определяет Довлатов (НА № 78, 9-15 августа 1981 г.): «Глупо делить лю-

дей на советских и антисоветских. Глупо и пошло. Люди делятся на умных и глупых. Добрых и злых. Талантливых и бездарных. Так было в Союзе. И так будет в Америке. Так было раньше. И так, я уверен, будет всегда».

Довлатов был ярким приверженцем демократии. Вероятно, этим объясняется повышенный интерес к американскому политическому процессу. В частности, в своих колонках редактора Довлатов внимательно следит за президентскими выборами в США. Так, в колонке «На родине...» (НА № 24, 25 июля – 1 августа 1980 г.) он начинает с размышлений о том, что «на родине государством управляли мистические существа», о руководителях страны рядовые граждане знали мало, поэтому «было абсолютно все равно, за кого голосовать». В США даже вчерашние эмигранты из СССР оказываются ближе к политике, поскольку выбор американских граждан реально определяет курс страны. И автор даже делает прогноз: «... я уверен, что президентом будет Рейган. Мне кажется, именно такого президента требует эпоха». Еще раз к президентским выборам Довлатов обращается спустя три месяца, в конце октября 1980 г. (НА № 38, 29 октября–4 ноября 1980 г.), когда предвыборная кампания уже близится к концу. Главный вопрос, которым задается автор: за кого отдать голос советским эмигрантам? На противопоставлении с советскими лидерами, когда гражданам из двух зол предоставлялось выбрать меньшее, в Америке, по авторской мысли, ситуация прямо противоположная: «Рейган или Картер? Оба – люди достойные и порядочные. Образованные и корректные. Умные и привлекательные. <...> Короче – оба хороши. Конфликт прекрасного с еще более замечательным». Сергей Довлатов полагает, что Рейган станет президентом, и в колонке редактора, опубликованной в газете от 12 ноября 1981 года, радуется предсказанной им победе Рейгана на выборах.

Редактор «Нового американца» ясно дает понять, что считает демократию лучшей формой государственного устройства, но при этом признает справедливые недостатки жизни и в этой стране. Порой американская жизнь вызывает у Сергея Довлатова возмущение и недоумение, смешанное с ужасом. Такую реакцию, например, вызвало покушение на президента США Рейгана. «Боже, в какой ужасной стране мы живем!» – начинается свой редакторский текст Довлатов (НА № 61, 8–14 апреля 1981 г.). И продолжает: «Американский юноша стреляет в президента, чтобы обратить на себя внимание незнакомой женщины! Беда угрожает стране, где такое становится нормой. <...> Что-то главное нарушено в американской жизни». Равнодушие к ближнему, ставшее нормой, вызывает ужас у Довлатова (НА № 104, 9 – 15 февраля 1982 г.): «Женщина тонет в реке Потомак. Некий отважный господин бросается с моста и вытаскивает утопающую. Герой, молодец, честь ему и звала! Дальше начинается безудержное чествование героя. Газеты, телевидение поют ему дифирамбы. Миссис

Буш уступает ему свое кресло возле Первой леди. Говорят, скоро будет фильм и мюзикл на эту тему... Из-за чего столько шума? Половина мужского населения Одессы числит за собой такие же деяния. Так что же происходит в Америке? Равнодушие становится нормой? Нормальный жест воспринимается как подвиг?»

Между тем Довлатов констатирует свое превращение в старого американца, уже освоившегося в новой среде: «Мы и не заметили, как превратились в старых американцев» (НА № 105, 16 – 22 февраля 1982 г.).

Советская политика

Новых американцев, вчерашних советских граждан, по-прежнему волновала жизнь на родине, ведь с Союзом было связано не только их прошлое: по ту сторону океана остались родственники и друзья. Значительная часть колонок редактора посвящена советской действительности в разных ее аспектах: внешней и внутренней политике, культурной жизни, советской пропаганде и диссидентском движении, продолжающейся эмиграции...

Повседневные трудности обычных людей, вроде «хорошего мяса в Ленинграде не купить», «мыло исчезло, зубная паста», вплетаются в общеполитическую картину: «Они думают, что американский хлеб попадет на стол русскому человеку! Аргентинское мясо зашипит на его сковородке! Какая глупость! Народ голодает по вине собственного руководства. Экономика и сельское хозяйство безобразно запущены. Колоссальные средства расходуются на военные цели. Коммунистическая экспансия обходится Советам в миллиарды рублей. Наряду с этим партийные функционеры живут отлучно» (НА № 36, 9 – 14 октября 1980 г.).

Неоднократно Сергей Довлатов обращается к теме советской пропаганды: «Есть в советской пропаганде замечательная черта. Напористая, громогласная, вездесущая и непрерывная – советская пропаганда вызывает обратную реакцию. Критикуют фильм – значит, надо его посмотреть. Ругают книгу – значит, стоит ее прочитать. На кого-то персонально обрушились – значит, достойный человек...» (НА, № 27, 12 – 17 августа 1980 г.).

Не просто достойным человеком, но героем современности называет Довлатов Солженицына, это имя встречается не в двух колонках. В связи с объявленной академиком голодовкой он пишет: «Жизнь академика Сахарова – в опасности. Это значит, в опасности – сама идея цивилизации. <...> Мне кажется, его должны спасти! Иначе просто быть не может. Иначе жить на этой планете будет совершенно отвратительно. Если убьют Сахарова, то не пощадят и вас!» (Новый свет, № 8 (96), 12 – 18 декабря 1981 г.).

Военная тема в колонках неразрывно связана с политикой СССР, она встречается у Довлатова довольно часто как в общем ключе, так и по конкретным поводам. Он отметит, что взгляды его были сформированы еще в лагере:

«Готовность к драке означает способность ее начать. Если к этому вынуждают обстоятельства.

Можно и воздержаться. Уйти с побитой физиономией. То есть – капитулировать...

Увы, поражение в драке не означает ее конца. Тебя будут избивать систематически. И наконец уничтожат в тебе человека.

То же происходит и с государством» (НА, № 15, 23 – 29 мая 1980 г.).

Главред «Нового американца» высмеивает несмелые попытки Запада противостоять Советскому Союзу, в частности бойкот Олимпиады-80, который он считает вялой и бессмысленной ответной мерой на ввод Союзом войск в Афганистан: «Хапнут завтра Советы какую-нибудь Полинезию. А мы в припадке благородного негодования отменим симпозиум. Какой-нибудь биологический форум по изучению ящериц» (НА, № 23, 11–16 июля 1980 г.).

Пристально следит С. Довлатов за событиями в Польше. Он явно симпатизирует польскому народу. На протяжении года периодически эта тема всплывает в редакторских колонках.

Довлатов, три года отслуживший в вооруженной охране заключенных, скептически относится к могуществу советской армии, о чем свидетельствует один из текстов (Новый свет, № 7 (95), 5–11 декабря 1981 г.): «Принято думать, что советская армия могущественна и непобедима. И потому весь цивилизованный мир дрожит от страха. По-моему – зря. Я три годы был советским военнослужащим. Более того, пассивным участником некоторых военных действий. В ходе которых меня постигло разочарование относительно боевой готовности советской армии. С тех пор я больше не дрожу».

У эмигрантов оставались прочные связи с Советским Союзом: там жили друзья, коллеги, родные, и каждое письмо из-за океана дорого и желанно. Неслучайно тема переписки неоднократно возникает в колонках редактора. Письма оставались единственным доступным способом связи, шли долго и не всегда доходили. «Не каждое письмо доходит из Союза. <...> Они – бесценны. Мы читаем их внимательно, слово за словом. Расшифровываем намеки, по крупичкам добываем информацию», – пишет Довлатов (НА, № 57, 10 – 16 марта 1981 г.). В этой же колонке автор удивляется негодующему письму в защиту Советского Союза: «Сострадания достоин узник, томящийся за решеткой. Презрения достоин раб, возлюбивший свои оковы». Другая колонка (НА, № 87, 10–16 октября 1981 г.) цитирует тайно вывезенное из СССР письмо: «Не бывать тебе американцем. И не уйти от своего прошлого. Это кажется, что тебя окружают небоскребы... Тебя окружает прошлое. То есть – мы. Безумные поэты и художники, алкаши и доценты, солдаты и зеки. Еще раз говорю – помни о нас. Нас много и мы живы. Нас убивают, а мы живем и пишем стихи».

Письмо в Ленинград являет собой колонка редактора, где автор признается, что помнит о своих корнях и родине (Новый свет, № 3 (91), 7–13 ноября

1981 г.): «Стоит ли говорить, что я вас не забыл и постоянно думаю о Ленинграде. <...> Я знаю, кто мы и откуда. Я знаю – откуда, но туманно представляю себе – куда. <...> Мы живы, и одно это уже – показатель качественный».

Тема американской жизни тесно переплетена с темой эмиграции как в жизни, так в творчестве Сергея Довлатова. Он отмечает, что эмигрантов волнует, выпустят ли из СССР их родственников и друзей, позволят ли уехать. Новых американцев в Америке встречают с ликованием. И автор делает прогноз, что эмиграция продолжится: «Массовая эмиграция продолжится. И отнюдь не потому, что советские власти гуманны. Совсем наоборот. Именно жестокостью режима объясняется массовый характер третьей эмигрантской волны. Выпуская евреев, советское руководство преследует две главные цели. Первая – добиться от благодарного Запада уступок в торговых соглашениях. Вторая – уничтожить «пятую колонну» в государстве» (НА, № 54, 17 – 23 февраля 1981 г.).

Колонка редактора откликается и на решение Израиля отказать в поддержке эмигрантам, которые выбрали страной проживания Соединенные Штаты, и таким образом стимулировать приток эмигрантов в Израиль. Довлатов, понимая предпосылки этого решения, все его не поддерживает: «Израиль – маленькое воюющее государство. Ему необходимы военные и профессиональные кадры. Ему дорога идея объединения, монолитности своего народа. Значит, Сохнут будет помогать лишь тем, кто намерен жить в Израиле. <...> Хотя вряд ли это решение достигнет цели. Много ли проку от беженцев, которых заполучили насильственно?.. Нелегко будет превратить этих людей в героев даже капиталистического труда» (НА № 84, 20 – 26 сентября 1981 г.).

Личная тематика

Бытовой и личной тематике также уделяется внимание в колонках редактора. Например, один из редакторских текстов (НА № 51, 27 января–2 февраля 1981 г.) посвящен женам организаторов газеты «Новый американец». С заметной долей самоиронии и утрирования Довлатов размышляет о том, как мужья и жены, оказавшись в эмиграции, по-разному приспособляются к новым условиям: «Мужчина вещает и пророчествует. Сеет разумное, доброе, вечное... Мужчина сеет, а женщина – пашет. На фабриках и в пиццериях. За три пятьдесят в час... Лично я пролежал на диване ровно год. Моя жена работала с утра до ночи. За ужином она дремала под мои размышления на тему свободы и автократии». Интимный характер этому выступлению придает сугубо личное, поименное, обращение к женам эмигрантов, единомышленников и коллег автора, которым заканчивается редакторская колонка: «Ирина, Галя, Таня, Рая, Лена! Еще немного, и мы заживем по-человечески! Простите нас! И пожелайте нам удачи!»

Другую колонку (НА № 71, 21-27 июня 1981 г.) Довлатов посвящает своей собаке Глаше, вернее, по его замечанию, «ее самочувствию в эмиграции». Этот текст проникнут теплотой, автор с юмором рассуждает о том, как Глаша привыкает к эмиграции.

В колонке «Три города...» (НА № 67, 24-30 мая 1981 г.) Довлатов вспоминает главные города, через которые прошел его жизненный путь: Ленинград, Таллин и Нью-Йорк. Он рассуждает об индивидуальных особенностях каждого из них и приходит к выводу: «Я думаю, Нью-Йорк – мой последний, решающий, окончательный город. Отсюда можно эмигрировать только на Луну».

Ностальгия

Ностальгия – та тема, без которой редко обходится творчество писателей-эмигрантов. В колонках редактора Сергея Довлатова эта тема не является главенствующей, но присутствует и раскрывается весьма оригинально: он пишет, что, собираясь эмигрировать, боялся разных вещей, в том числе ностальгии, однако в США ему не пришлось испытать все тяготы тоски по родине, мучившей Бунина, Цветаеву, Куприна... «И вот мы приехали. Испытали соответствующий шок. И многие наши страхи подтвердились. Действительно – грабят. Действительно – работу найти трудно. Действительно – тиражи ничтожные. А вот ностальгия отсутствует», – утверждает он (НА, № 52, 3-9 февраля 1981 г.). Однако два последние абзаца этого текста полностью опровергают все вышесказанное:

«Лишь иногда, среди ночи... Или в городской суеде... В самую неподходящую минуту... Без причины... Ты вдруг задыхаешься от любви и горя. Боже, за что мне такое наказание?!

Но это так... И говорить не стоит... Да и газета наша – принципиально оптимистическая...».

Похожим настроением проникнута еще одна колонка редактора (Новый свет № 5 (93), 21-27 ноября 1981 г.), где Довлатов сравнивает наступление зимы в Нью-Йорке и родном Ленинграде:

«Зима в Нью-Йорке лишена сенсационности. Она – не фокус и не бремя. Она – естественное продолжение сыроватого, теплого бабьего лета. <...> Так чего же мне не хватает? Сырости? Горечи? Опилок на кафельном полу Соловьевского гастронома? Нелепых скороходовских башмаков? Телогреек и ватников?

Как это сказано у Блока:

...Но и такой, моя Россия,
Ты всех дороже мне...

Тяжело заканчивать разговор этой печальной нотой. Правильно написал Григорий Рыскин:

«У нас была судьба. Не биография, а судьба. И мы не сдались...».

Тема ностальгии порой смешивается с темой патриотизма. Довлатов пишет о том, что Америка уже стала домом для вчерашних жителей Советского Союза, подтверждением чему служит возникший на американской почве патриотизм: «В

Ленинграде я жутко гордился Эрмитажем. Хотя не был там лет двадцать пять. А здесь горжусь Музеем современного искусства. Даже издали его не видел, а горжусь! Видимо, это и есть патриотизм – гордиться неизвестно чем...» (НА № 86, 3-9 октября 1981 г.). Между тем и эта колонка заканчивается на лирической ноте с явной примесью ностальгии: «Начинается день. И я к нему готов. А потом неожиданно вспоминаю: «В Пушкинских Горах закончился сезон. В Ленинграде дожди... Или заморозки?...».

В еще одной колонке (НА № 101, 15-21 января 1982 г.) Довлатов признается, что чувство национальной гордости он ощутил только в эмиграции. Именно вдали от Советского Союза, по другую сторону океана, он ощутил тесную связь всех эмигрантов, радуется успехам каждого из них вне зависимости от личных и профессиональных отношений: «Хорошие или плохие – разберемся. А пока, удачи вам, родные, любимые, ненавидимые, замечательные соотечественники. Вы – моя национальная гордость!»

Особенностью тематического своеобразия колонок редактора Сергея Довлатова является соседство серьезных и шуточных тем. Читателям, привыкшим к возвышенному пафосу советских передовиц такой подход был непривычен. «Довлатовские «Колонки редактора» могли вызывающе посвящаться тараканам, и нам писали, что в пору, когда «Сахаров томится в горьковской ссылке, когда в лагерях...» Но Довлатов не унимался и, замечательно рисовавший, выпускал вместо текста «Колонки редактора» изображение водоразборной колонки. Или сооружал «Колонку редактора» из фотографий сотрудников», – вспоминает Петр Вайль⁶. Мы полагаем, что Довлатов основным критерием выбора темы считал ее интересность аудитории: он писал о том, что волновало в первую очередь его самого, и считал, что это найдет отклик и у других эмигрантов.

Если говорить о **специфике подачи темы**, то она выражается в отказе от дидактизма. При всей эмоциональности, оценочности и субъективности довлатовских выступлений автор оставляет читателю право самостоятельно делать выводы, не соглашаться, спорить. По сути каждая колонка является приглашением к разговору, дискуссии на актуальные темы дня. Книга, собравшая все колонки редактора Довлатова, озаглавлена «Речь без повода». На самом же деле сам редакторский текст, написанный на любую тему, шутовую или самую серьезную, был поводом к началу дискуссии: автор как будто закидывал удочку, начинал беседу с читателями и ждал, когда они заглотят наживку – выскажут свое мнение. Живой отклик, тысячи писем и широкое обсуждение колонок редактора были желанным результатом и лучшей наградой публициста.

Объединение колонок редактора «Нового американца» органично и закономерно. Впервые их собрал сам Довлатов и выпустил с небольшим предисловием под названием «Марш одиноких», затем с некоторыми дополнениями стараниями его

вдовы и дочери они были опубликованы как «Речь без повода». В предисловии к первому изданию публицист пишет об этих текстах: «Два года я писал свои «Колонки редактора». Мне кажется, в них отразилась история третьей эмиграции. Если не история эмиграции, то история газеты. Если не история газеты, то история моей взыскующей души»⁷. Продолжая довлатовскую мысль, мы полагаем, что колонки образуют макротекст, который в своем единстве оказывается глубже и значительнее суммы всех колонок по отдельности. Этот макротекст действительно отразил жизнь третьей волны русской эмиграции, сохранил историю газеты «Новый американец» и воссоздал лирическую повесть о личных и профессиональных поисках эмигранта Сергея Довлатова.

Огромный интерес к изданию объясняется тем, что «Новый американец», созданный как печатный орган третьей волны эмиграции, помогал эмигрантам сориентироваться в новом культурном и политическом пространстве. Главный редактор вместе с читателями проходил этот процесс ассимиляции, учился жить по-новому в Соединенных штатах и фиксировал на бумаге свой опыт, не всегда реальный, но определенно правдоподобный. Колонки редактора стали летописью третьей волны эмиграции, ее площадкой и трибуной. Очень верно поняв состав потенциальной аудитории «Нового американца», Сергей Довлатов создал газету, отвечающую потребностям эмигрантов: по большому счету издание оказалось «в нужное время в нужном месте», но оказалось там неспроста, а по замыслу Довлатова – не только талантлив

вого журналиста и писателя, но и прозорливого и успешного редактора.

2. Ростов-на-Дону

Примечания:

1. Для удобства восприятия использована единая система сокращений: «Новый американец» – НА. Далее указан номер издания и дата выхода.
2. Е. Довлатова, «Новый американец» в Новом свете / С. Довлатов. Речь без повода... или Колонки редактора, М., Издательство «Махаон» и Международный фонд Сергея Довлатова, 2006, с. 31.
3. П. Вайль, Из жизни новых американцев / С. Довлатов. Речь без повода... или Колонки редактора, М., Издательство «Махаон» и Международный фонд Сергея Довлатова, 2006, с. 5-6.
4. Е. Довлатова, «Новый американец» в Новом свете / С. Довлатов. Речь без повода... или Колонки редактора, М., Издательство «Махаон» и Международный фонд Сергея Довлатова, 2006, с. 31.
5. См.: Доброзракова Г.А. Сергей Довлатов: диалог с классиками и современниками, Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, 2011.
6. П. Вайль, Из жизни новых американцев / С. Довлатов. Речь без повода... или Колонки редактора, М., Издательство «Махаон» и Международный фонд Сергея Довлатова, 2006, с. 6.
7. С. Довлатова: Собрание сочинений в 4-х т. М, 2013, Т. 2, С. 454.





А. Богоявленский Хрущевпроп оттепели как «советский формат» паблик рилейшнз

Статья г. Н. Хрущев и его «измы»

Аннотация: В статье предлагается взгляд на политическую деятельность Н. Хрущева, представлена ситуация, повлиявшая на формирование агитпропа оттепели, где причудливо переплелись модернизированные положения макиавеллизма и поствизантийской геополитической идеи «Москва – Третий Рим».

Ключевые слова: Россия, СССР, Н. Хрущев, ПР, паблик рилейшнз, PR, агитпроп, оттепель, Сталин, Д. Шепилов, Н. Макиавелли.

*... Положив много времени и усердия
на обдумывание того, что я успел узнать,
я заключил свои размышления в небольшом труде,
который посылаю в дар Вашей светлости...
(Николо Макиавелли – его светлости
Лоренцо деи Медичи)*

Говоря об историографическом процессе (речь идет о постсоветской исторической науке) в пост-сталинский период, ряд российских исследователей выделяют два этапа. Первый этап – «эволюционный». Он начинается со второй половины 50-х гг., т. е. с момента начала изучения проблем социально-экономического и политического развития СССР в 50-е – начале 60-х гг. в отечественной историографии. В его границах правомерно выделить три периода. Первый – с начала изучения данной проблематики до смены партийно-государственного руководства в октябре 1964 г. и учитывая определенный политический «люфт», а также инерцию до середины 60-х гг. В эти годы закладываются основные направления исследований по теме, создаются научно-организационные структуры, формируется кадровый потенциал. Внимание историков акцентируется на актуальных с точки зрения партийно-государственного руководства проблемах социально-экономической сферы: перехода от отраслевого принципа управления к территориальному, реорганизации МТС, освоения целинных земель и т. п. Второй – с середины 60-х гг. до второй

половины 80-х гг. Происходит корректировка концептуальных подходов, тематики исследований <...>. Активно изучаются субъекты исторического процесса: рабочий класс, колхозное крестьянство <...>. В обиход исследователей вошли следующие дефиниции: «полная и окончательная победа социализма», «развернутое коммунистическое строительство», «создание материально-технической базы коммунизма», «развитой социализм» и т. п. Третий период – переходный, переломный, начинающийся со второй половины 80-х гг. (еще точнее с конца 80-х гг.) и завершающийся в начале 90-х гг.

Второй этап историографии – «современный»¹. Как видно из цитируемого источника, само представление этапов весьма точно совпадает со временем правления советских и постсоветских лидеров. Первый этап совпадает со временем правления Н. Хрущева, второй – Л. Брежнева (включая недолгий период правления Ю. Андропова и К. Черненко), третий – период М. Горбачева. «Современные этапы» совпадают со временем распада СССР, президентством Б. Ельцина и В. Путина (и его «медведевской реинкарнацией»). При этом предположим, что периодизация отражает преобразование византийской модели власти, парадигмы, имеющей своей основой концепцию «Москва – Третий Рим». Таким образом, возникает возможность с позиций «роли личности в российской истории» представить периодизацию в следующих категориях: период Н. Хрущева, период Л. Брежнева, период М. Горбачева, период Б. Ельцина и период В. Путина. Именно эту периодизацию мы и будем использовать для характеристики периодов развития ПР в России.

Известно, что после смерти Сталина формально страну возглавило т. н. «коллективное руководство»: Г. Маленков, Л. Берия, Н. Хрущев, В. Молотов, Л. Каганович, К. Ворошилов, А. Микоян, Н. Булганин. При этом фактическим лидером Советского Союза стал Г. Маленков, «серый сталинский кардинал, негласно считавшийся вторым человеком в партии»², унаследовавший важнейший пост главы правительства, пост, который ранее занимали вожди компартии Ленин и Сталин. Именно поэтому Г. Маленков фактически оказался первым лицом и в Президиуме ЦК партии. Одна-

Об авторе: Богоявленский Андрей Евгеньевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью факультета журналистики Воронежского госуниверситета.

ко и Л. Берия, прославивший «серым кардиналом» еще при «позднем» Сталине, располагал не менее мощными рычагами власти и не собирался с ними расставаться. Фактическим двоевластием в стране воспользовался амбициозный и предприимчивый Н. Хрущев³.

Возвышению Н. Хрущева в значительной степени способствовала сложная политическая интрига, связанная с последовательным избавлением от соперников – сначала устранением Л. Берии, а затем ослаблением Г. Маленкова. Впрочем, не только их. А. Хинштейн пишет: «Леонид Ильич <Брежнев> вспоминал <...>, как после смерти Сталина он сидел три дня, запершись в квартире, напропалую пил горькую вместе с парой таких же лишенцев и ждал, когда же за ним придут»⁴. И вот «уже 14 марта 1953 года Пленум ЦК по предложению Хрущева освободил Г. Маленкова от обязанностей Секретаря ЦК КПСС. Прошло немного времени, и Хрущев поставил на Президиуме вопрос об отказе от установившейся со времени Ленина традиции, в силу которой на заседании Президиума (Политбюро) ЦК председательствует не Генеральный секретарь ЦК, а Председатель Совета Министров (Народных Комиссаров)». На сентябрьском Пленуме ЦК 1953 года Н. Хрущев делает решающий ход в этом тщательно разработанном плане – он требует восстановить пост Первого секретаря ЦК и избрать на этот пост его, Хрущева.

Один из поверженных соратников нового лидера страны, бывший при Сталине руководителем Отдела агитпропа⁵ в аппарате ЦК КПСС – Д. Шепилов с досадой и недоумением писал: «Будущие историки и психологи с изумлением будут искать ответ на вопрос: откуда у малограмотного человека, глубоко захолустного по манерам и мышлению, оказалось столько тонкой изворотливости, двурушничества, иезуитства, вероломства, лицемерия, аморализма в достижении своих целей? <...>. С этого времени началось ускоренное и всё большее обособление Первого секретаря среди других членов Президиума ЦК, всё большее усиление его роли и значения. Этому способствовали сложившиеся за последние десятилетия традиции. Роль Генерального секретаря (а именно в таком качестве выступал Сталин в большую часть периода своего пребывания у кормила власти) стала невероятно гипертрофирована»⁶, что, в конце концов, и создавало питательную почву для волюнтаристских экспериментов в том числе и в политической области.

Биограф Н. Хрущёва Р. Медведев, отмечает: «Хрущёв пришёл к руководству после Сталина, создавшего один из наиболее страшных террористических режимов в истории»⁷. Но это лишь часть правды. По данным одного из наиболее осведомленных творцов сталинского, а затем и хрущевского агитпропа, далее «примкнувшего к антиправительственной группировке» – Д. Шепилова, «ко времени выхода Хрущева на большую арену общественной жизни (1953 г.) Советский Союз

превратился в могучую мировую индустриально-аграрную державу. К 1953 г. национальный доход в сопоставимых ценах к уровню 1913 г. составлял: в СССР – 1367 процентов, в США – 295 процентов, в Англии – 171 процент, во Франции – 145 процентов. В области промышленности Советский Союз двигался вперед стремительными темпами: за 11 довоенных лет (1930-1940) и 11 послевоенных лет (1947-1957), т. е. за 22 года (до начала ломки всего аппарата управления промышленностью по проектам Хрущева) среднегодовой темп прироста промышленной продукции в СССР составил 16,2 процента, в США за те же годы – 2,9 процента, в Англии – 3,3 процента, во Франции 2,6 процента. По своей промышленной мощи СССР в исторически кратчайшие сроки передвинулся с пятого (в 1913 г.) на второе место в мире и с четвертого на первое место в Европе»⁸. Само сопоставление цитируемых источников свидетельствует, насколько противоречивым могут быть оценки современников, один из которых – Р. Медведев принимал активное участие в движении диссидентов, редактировал самиздатские издания: журнал «Политический дневник», альманах «XX век», а другой – Д. Шепилов, был одним из главных идеологов хрущевского агитпропа, возглавлял при нем орган ЦК КПСС газету «Правда». При этом сопоставлении становится очевидным, насколько смещаются акценты, насколько легко может быть искажена историческая правда современниками и творцами хрущевской оттепели с полярных сторон.

«Советские ПР» существовавшие в форме «агитпропа оттепели» стали особым феноменом, порой даже именем нарицательным, своеобразной метафорой, не всегда оправданно используемой для усиления образного сравнения (Ср.: «Все люди могут в какой-то момент оказаться в трудной ситуации, и далеко не все разделяют пафос противников Каддафи, напоминающий по накалу и тону страстей советский агитпроп времен Хрущева»⁹). Очевидно, что автор этих строк – президент Института Ближнего Востока Е. Сатановский, использовал данный прием для сопоставления публицистического «пафоса» противников М. Каддафи и противников Сталина, но, в целом, допущенное сравнение является слишком однобоким и вряд ли оправданным. Агитпроп времен хрущевской оттепели – гораздо более объемное, развивающееся во времени понятие.

Формально агитпроп – комплекс мер по агитации и пропаганде идеологии коммунистической партии и задач советского правительства. Классический советский агитпроп – монологичное (вместе с тем создающее иллюзию двусторонней несимметричной коммуникации), жестко структурированное коммуникационное воздействие, с целью обслуживания поствизантийской вертикали власти (в рамках модернизированной концепции Москва – III Рим) и сохранения баланса общественного гомеостаза. Агитпроп предполагает всестороннюю пропаганду современной интерпретации

философской концепции марксизма-ленинизма в версии находящегося у власти правителя (особо предусматривается его личное восхваление в деле построения «симулякра коммунизма» – «лесть, адресованная лидеру и изложенная доступной для его понимания форме») и технологичное внедрение идеологической (при ее наличии) линии вождя. Классический агитпроп был основан на трудах классиков марксизма-ленинизма. Отмечая философский вклад работ И. Сталина в развитие этой теории, установим и его вклад в развитие теории классического агитпропа, в том числе положение об изменении его направленности и содержания (о чем, в частности, пишет С. Сырцов¹⁰). В этом смысле Сталин в полной мере реализовал известную максиму Н. Макиавелли «...самое главное для государя это постараться всеми своими силами создать себе славу великого человека, наделенного умом выдающимся»¹¹. О вкладе Н. Хрущева в теорию марксизма-ленинизма говорить не приходится, что, в частности, отразилось в отсутствии в развитии этой философии соответствующего «изма» (пожалуй, за исключением негативно-оценочно понятия «хрущевский волюнтаризм» – ср.: учение Маркса – марксизм, Ленина – ленинизм, Сталина – сталинизм, Мао – маоизм), но наставления Н. Макиавелли в деятельности Первого секретаря ЦК КПСС получили еще одну яркую историческую иллюстрацию.

Известный биограф Н. Хрущева Р. Медведев писал: «Он не был теоретиком и не создал особой теоретической концепции»¹². Более того, по словам Д. Шепилова, «Хрущев был круглый невежда. Но он в большинстве случаев, не консультируясь ни с кем и никогда ничего не читая, по наитию квалифицировал, заключал, определял истину по любому самому сложному вопросу. Он приходил в ярость, когда кто-либо допускал малейшее сомнение в правоте его суждений. И в таких случаях был очень мстителен»¹³. Даже по свидетельству сына советского лидера – С. Хрущева «единственная область, где Хрущев считал себя профессионалом, – это сельское хозяйство». Этого же мнения был и Д. Шепилов, вспоминая: «первый период после смерти Сталина Хрущев выражал свой абсолютный пиетет к нему по всем вопросам. Исключение составлял, пожалуй, единственный вопрос – сельское хозяйство. Здесь Хрущев считал себя непревзойденным знатоком и авторитетом, а Сталина – профаном <...>»¹⁴. С сельхоз позиций Н. Хрущев трактовал и коммунизм, привнеся в ленинскую формулу ГО-ЭЛРО «социализм есть советская власть плюс электрификация всей страны» свою новацию: «коммунизм есть советская власть плюс электрификация всей страны, плюс химизация народного хозяйства», о чем и было заявлено в докладе на сентябрьском (1963 г.) пленуме ЦК КПСС. А определяя будущее общества, он говорил: «Что такое коммунизм? Это – блины с маслом и со сметаной»¹⁵, что, впрочем, не помешало маститому придворному философу М. Митину (Гершковичу), ранее восторженно

восхвалявшего «имена Маркса – Энгельса – Ленина – Сталина принадлежащих <...> самым светлым именам всего человечества» научно обосновать, что Хрущев – это Ленин сегодня. «Кто мог тогда думать, что пройдет немного, совсем немного времени, и Хрущев возомнит себя великим международником, что он, не спрашивая никого и ни о чем, будет безапелляционно выносить окончательные решения по любому дипломатическому вопросу, а всякого, кто хоть раз усомнится в его мудрости, – заносить в вынашиваемый им список обреченных на уход. История – ты блудница!»¹⁶, – горестно восклицал попавший в опалу Д. Шепилов.

Бесспорно, самым заметным политическим проявлением вклада Н. Хрущева в дело дискредитации марксизма, становится доклад на XX Съезде КПСС (чрезвычайно интересный с точки зрения теории и практики спичрайтинга доклад состоялся в 14-25 февраля 1956 г.), в котором был разоблачен «культ личности Сталина», а, соответственно, намечен переход от классического агитпропа в сторону так называемой «оттепели» – то есть, в известной степени, либерализации идеологического диктата.

Подготовленный группой сотрудников идеологического аппарата Кремля (Д. Шепилов¹⁷, Пономарев и проч.), доклад Н. Хрущева на XX Съезде КПСС становится своеобразной «точкой бифуркации», точкой невозврата идей марксизма, поскольку на нем под видом возвращения к «подлинному марксизму-ленинизму» осуждался не только культ Сталина, но, самое главное, теоретический вклад Сталина в эту теорию, что нанесло непоправимый удар по авторитету СССР среди его союзников (особенно среди руководства КНР, впоследствии обвинившего Н. Хрущева в ревизионизме). При этом анализ современного состояния социума был дан в прежней парадигме социальных идей времен промышленной революции и обострения классовых борьбы начала века. В материалах Съезда не было никаких документов, анализирующих состояние социума в параметрах информационного общества. Начиная с этого съезда, теория марксизма в нашей стране переживает период деградации, что, в частности, отразилось в повальной флюгеризации «работников идеологического фронта» и, в частности, агитпропа.

Впрочем, начало процесса «флюгеризации» можно обнаружить уже на закате сталинской эры. Так, например, в «Социалистическом Вестнике» за 1951 год «было напечатано открытое письмо редактору «Нью-Йорк Таймс» за подписями видных русских общественно-политических деятелей, в том числе самого редактора «Социалистического Вестника» Р. А. Абрамовича и таких крупных его сотрудников, как Б. И. Николаевский и С. М. Шварц. Авторы протестовали против распространения на Западе версии, согласно которой Сталин и большевики являются только продолжателями той политики завоеваний и экспансии, которую Русское государство вело на протяжении последних 500

лет (что раскрывает характерную, однако не единственную ипостась концепции «Москва – Третий Рим» – А.Б.).

Письмо объявляет такие утверждения ошибочными с исторической точки зрения и еще более опасными с точки зрения политической. «Русский народ и русская политика не были ни более воинственны, ни менее миролюбивы, чем политики других государств». Авторы письма полагают, что «так называемые исторические традиции России в смысле завоевательной внешней политики и угнетения национальностей, отнюдь не являлись традицией самого русского народа». Охарактеризована соответствующим образом и большевистская власть, «ни по своим собственным воззрениям, ни объективно не являющаяся национальным правительством России; она интернациональна по самой своей сути».

Но вот не прошло и трех лет со времени опубликования письма, как читатели «Социалистического Вестника» могли заметить появление на его страницах статей, развивающих ту самую точку зрения, против которой письмо протестовало. И даже почин этому был сделан Б. И. Николаевским, чья подпись стоит под письмом. Его статья «О корнях советского империализма» развивает мысль, что хотя «внешняя политика Сталина — Маленкова, конечно, далеко не тождественна с политической царской России», тем не менее «эти элементы несомненного различия отнюдь не устраняют тот факт, что во внешней политике советской диктатуры имеется нечто, что сближает ее с политикой старой России и что заставляет некоторых вполне добросовестных и внимательных западных наблюдателей ставить вопрос: не является ли внешняя политика советской диктатуры протестом продолжением старой русской империалистической политики?»¹⁸.

Характеризуя повальную флюгеризацию того времени Д. Шепилов писал: «Выдвинутые Хрущевым кадры – все эти аджубеи, ильичевы, сатюковы, пономаревы – безоговорочно поддерживали его, когда он затевал самые невероятные реформы. Трагические годы хрущевского единовластия они провозглашали «великим десятилетием». Они остервенело шельмовали всякого, кто поднимал голос против хрущевских безумств. И они, конечно, отвернулись от него и громче всех начали проклинать его, как только стало ясным, что дни Хрущева сочтены»¹⁹. Говоря далее о том, что основными партийными идеологами стали те самые «ни во что не верящие» Ильичев, Федосеев и прочие», Д. Шепилов заключает, что именно это «(хотя очень медленно) и привело от «десталинизации» к формальному признанию давно состоявшейся моральной гибели коммунистического режима уже в горбачевские дни»²⁰.

Важнейшей идеологической задачей хрущевского агитпропа оттепели явилась популяризация решений XXII Съезда, который вошел в историю как «Съезд строителей коммунизма». Историческое

значение его заключается не только в том, «что он подвел величественные итоги труда и борьбы советского народа, руководимого ленинской партией, за период, прошедший со времени Девятого съезда КПСС (1956), и принял новую Программу Коммунистической партии Советского Союза», сколько в том, что, де-факто оправдывая линию XX Съезда КПСС по дискредитации Сталина и его философского наследия, Съезд окончательно дезориентировал общество, предложив утопическую перспективу строительства коммунизма в СССР в ближайшее время (что не позволяет говорить о каком-либо движении вперед и в области философии). По докладу Н. С. Хрущева «О Программе Коммунистической партии Советского Союза» съезд принял 31 окт. 1961 новую (3-ю в истории КПСС) Программу партии в которой предлагалась обоснование популистской идеи «по созданию материально-технич. базы коммунизма, обеспечивающей изобилие материальных и культурных благ для всего населения <...> в течение двадцатилетия 1961-1980»²¹, выдвигался демагогический агитпроповский лозунг-слоган: «нынешнее поколение советских людей будет жить при коммунизме»²² и объявлялось, что уже к 1980 г. советское общество перейдет к распределению «по потребности»²³. Кроме прочего был принят свод этических правил – «моральный кодекс строителя коммунизма»²⁴, спешно, «буквально за полтора часа» написанный документ, который в Президиуме ЦК прошел на «ура»²⁵ и представляющий, по словам одного из его создателей – спичрайтера Н. Хрущева, Ф. Бурлацкого, «сознательный акт включения в коммунистическую идеологию религиозных элементов»²⁶. Бесспорно, как сам Съезд, так и положения «морального кодекса строителя коммунизма» также могут быть рассмотрены с амбициозных позиций геополитической концепции «Москва – третий Рим». Впрочем, здесь следует добавить, что тезис о «изобилии материальных благ для всего населения» и положения о коммунистической морали были заявлены ровно за год не только до Карибского кризиса, поставившего мир на грань ядерной катастрофы, но и за год до трагических событий в Новочеркасске (1962), когда были расстреляны войсками десятки невооруженных людей, выступивших против значительного повышения цен на мясные и молочные продукты.

Уже в 1963 году «в полной мере проявились трагические последствия всех хрущевских безграмотных импровизаций и экономического произвола в деревне. Урожайность зерновых с гектара (8,3 центнера) упала ниже уровня 1940 г. (8,6 центнера), и скатилась почти к предреволюционному уровню примитивного единоличного хозяйства (8,2 центнера в 1913 г.). Валовой сбор хлеба в 1963 г. оказался самым низким за всё «великое десятилетие»²⁷ правления Н. Хрущева. Отсутствие научно-обоснованной философской идеи в том числе в системе Агитпропа подменялось волевым подходом к политическому и хозяйственному управлению страной. «Десятки миллионов тружеников сельского хозяй-

ства никак не успевали переварить в мозгу тот каскад идей, всё новых проектов и рецептов, которые распирала Хрущева и низвергались на них. А дело с сельским хозяйством всё более запутывалось. Пришлось раскрыть закрома государственных хлебных резервов. Но этого оказалось мало. Тогда стала неизбежной необходимость начать в больших размерах импорт в СССР зерна, муки и других хлебных продуктов. Для стиля Хрущева характерна была удивительная легкость на всякие обещания, посулы, сногшибательные сроки, единственным основанием которых была собственная интуиция Хрущева, его «нюх»²⁸.

Волюнтаризм Н. Хрущева проявился также в гонениях на Православную церковь, легализованную Сталиным осенью 1943 г., когда было восстановлено патриаршество, начался процесс возвращения храмов Церкви, открытие духовных учебных заведений и т. д., Бюджетные траты на образование были снижены Н. Хрущевым до 3 % с 15 %, имевших место при Сталине и т. д. Н. Хрущев «изгнал из Вооруженных Сил или фактически превратил в «свадебных генералов» самых прославленных полководцев Отечественной войны: маршалов Г. К. Жукова, И. С. Конев, К. К. Рокоссовского, А. М. Василевского, К. А. Мерецкова, Н. Н. Воронова, генералов армии А. В. Хрулева, А. В. Горбатов, М. М. Попова и многих, многих других»²⁹. К волюнтаристским решениям следует отнести упразднение министерств и учреждение совнархозов, реформы школы и армии и т. д. Но даже в этом волюнтаризме можно усмотреть две стороны. Стратегической ошибкой российские исследователи считают передачу Крыма (в котором около 70 % составляли русские) Украине, но, с другой стороны, к России была присоединена Карело-Финская ССР. Можно по-разному оценивать экономическую целесообразность целинной эпопеи, но в стране (преимущественно в Казахской ССР) было поднято около 40 миллионов гектаров целинных и залежных земель. Без сомнения, значительные силы страны были заняты в военно-промышленном комплексе в ущерб удовлетворению элементарных бытовых запросов населения, но, с другой стороны, именно это напряжение и обеспечило грандиозный прорыв человека в Космос, подняло авторитет Советского Союза в мире, вызвало беспрецедентный национальный подъем и стало самым весомым доводом против угрозы войны. В самом начале 60-х освоение Космоса становится своеобразной национальной идеей, на время сплотившей советский народ, значительно больше, чем коммунистический идеологический «изм».

Выводы:

Предлагаемая периодизация «советских ПР» отражает преобразование византийской модели власти в рамках парадигмы, имеющей своей основой концепцию «Москва – Третий Рим».

В рамках данной концепции предлагается рассматривать агитпроп как монологичное, жестко структурированное коммуникационное воз-

действие, направленное на всестороннюю пропаганду очередной интерпретации философской концепции марксизма «текущим» вождем, технологичное позиционирование достижений социума в контексте идеологической линии лидера (при ее наличии) с целью обслуживания поствизантийской вертикали власти как гаранта стабильности данной модели общественного устройства. Организационное и идейное обеспечение агитпропа в масс-медиа – философски обоснованная Лениным система СМПП.

Отсутствие научно обоснованной, внятно изложенной философской концепции во времена Н. Хрущева выхолостило из этого определения «интерпретацию философской концепции марксизма» и определила сущность «агитпропа оттепели»: Агитпроп оттепели – монологичная коммуникация, направленная на позиционирование достижений советского социума, пропаганду идей лидера, в первую очередь касающихся построения симулякра коммунизма, а также его личное восхваление с целью обслуживания поствизантийской вертикали власти как гаранта сохранения данной модели общественного устройства.

В период прихода к власти Н. Хрущев вел себя как умелый царедворец, интуитивно точно следуя максиме Н. Макиавелли о льве и лисе: «из всех зверей пусть государь уподобится двум: льву и лисице. Лев боится капканов, а лиса – волков, следовательно, надо быть подобным лисе, чтобы уметь обойти капканы, и льву, чтобы отпугнуть волков». Рой Медведев отмечает: «Как и большинство тиранов, Сталин не позаботился о своём преемнике. Следствием этого явилась острая борьба за власть, в которой верх одержал именно Хрущёв. Он сумел уничтожить такого опасного противника, как Л. Берия, и оттеснить от власти таких многоопытных политиков, как В. Молотов, Г. Маленков, Л. Каганович». И в этом случае максима **Н. Макиавелли** «недовольных людей надо либо истреблять, либо ласкать, при этом жестокость лучше, чем милосердие» весьма точно отражала замысел Первого секретаря ЦК.

В борьбе с культом Сталина ранний хрущевский агитпроп опирался на максиму Н. Макиавелли: «для удержания власти свойственно выводить в черном свете всех своих предшественников, переименовывать города и улицы, перемещать людей с места на место, ругать все то, во что они раньше верили». В более позднее время – в период обострения Холодной войны (Карибский кризис), волюнтаристических управленческих реформ и завоевания космоса – «все вооруженные пророки побеждали, а все безоружные гибли» и «ничто не возбудит такого почтения к государю, как военные кампании и необыкновенные поступки». Таким образом, можно допустить, что в определенном смысле истоки хрущевского волюнтаризма можно обнаружить в некоторых тезисах основоположника макиавеллизма и политического имиджмейкинга.

г. Воронеж

Примечания:

1. Трофимов А. В. Советское общество 1953-1964 годов в отечественной историографии : Политика и экономика : дисс. ... док. ист. наук / Андрей Владимирович Трофимов. – (<http://www.disscat.com/content/sovetskoe-obshchestvo-1953-1964-godov-v-otechestvennoi-istoriografii-politika-i-ekonomika#ixzz2mPf5O65X>)
2. Хинштейн А. Почему Брежнев не стал Путиным? Сказка о потерянном времени. Цит. по: Почему Брежнев не смог стать Путиным? / А. Хинштейн. – <http://newsland.com/news/detail/id/609383/02.01.2011>.
3. Соратник Н. Хрущева, позже подвергшийся обструкции – Д. Шепилов очень эмоционально и выразительно описал этот процесс: «Как безденежный картежник, одержимый страстью обогащения, пылливо всматривается в лица постоянных игроков, изучает их повадки, прикидывает, как он выведет из игры второстепенных противников, а затем, играя ва-банк, нанесет решающий удар самому опасному партнеру – так терпеливо готовил свою игру ва-банк Никита Хрущев. Фаворит И. Сталина, почтитель В. Молотова, выдвигенец Л. Кагановича, соратник Н. Булганина, друг Г. Маленкова и Л. Берии, Хрущев своими маленькими подпухшими свинными глазками осторожно и подозрительно осматривал поле действий: что же получилось после смерти Сталина? Какова расстановка сил? Кто партнеры? Кто опасен? Кто не опасен?» (Цит. по Шепилов Д. Непримкнувший. http://swathe.narod.ru/Lib/Memoirs/Politik/Shepilov_Departed.htm).
4. Хинштейн А. Указ. соч.
5. Управление пропаганды и агитации ЦК КПСС было преобразовано в Отдел в июле 1948 г.
6. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
7. Медведев Р. Н. С. Хрущёв : Политическая биография. – (http://www.libok.net/writer/3580/kniga/19002/medvedev_roy_aleksandrovich/ns_hrushev_politicheskaya_biografiya/read/45; http://www.modernlib.ru/books/roy_medvedev/ns_hrushev_politicheskaya_biografiya/read_1/)
8. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
9. Сатановский Е. «Далеко не все разделяют пафос противников Каддафи, напоминающий советский агитпроп времен Хрущева» / Е. Сатановский // Известия. – 21 окт. – 2011. – <http://izvestia.ru/news/50456>
10. Сырцов С. Агитпроп. Большая Советская Энциклопедия / С. Сырцов. – М. : Акционерное общество «Советская Энциклопедия», 1926. – С. 420-42.3
11. Макиавелли Н. Государь / Н. Макиавелли. – М. : Эксмо, 2003. – С. 105.
12. Медведев Р. Указ. соч.
13. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
14. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
15. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
16. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
17. Д. Шепилов вспоминал: «я решил два вопроса поднять: международный – в чем состояла неправильность сталинизма – и военный, поскольку всю войну я провел на фронте <...>. Я думал о том, какой ценой мы победили, об этих двадцати миллионах погибших, – ведь Сталин называл семь миллионов вначале. Вот главным образом эти вопросы я и делал». См.: Шепилов Д. Указ. соч.
18. <http://www.ukrhistory.narod.ru/texts/ulianov-1.htm>
19. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
20. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
21. Из решений XXII Съезда КПСС.
22. Там же.
23. Там же.
24. Текст «Морального кодекса строителя коммунизма».
 - Преданность делу коммунизма, любовь к социалистической Родине, к странам социализма.
 - Добросовестный труд на благо общества: кто не работает, тот не ест.
 - Забота каждого о сохранении и умножении общественного достояния.
 - Высокое сознание общественного долга, нетерпимость к нарушениям общественных интересов.
 - Коллективизм и товарищеская взаимопомощь: каждый за всех, все за одного.
 - Гуманные отношения и взаимное уважение между людьми: человек человеку друг, товарищ и брат.
 - Честность и правдивость, нравственная чистота, простота и скромность в общественной и личной жизни.
 - Взаимное уважение в семье, забота о воспитании детей.
 - Непримируемость к несправедливости, тунеядству, нечестности, карьеризму, стяжательству.
 - Дружба и братство всех народов СССР, нетерпимость к национальной и расовой неприязни.
 - Нетерпимость к врагам коммунизма, дела мира и свободы народов.
 - Братская солидарность с трудящимися всех стран, со всеми народами.
25. Судьба дала мне шанс (беседа с Ф. М. Бурлацким) // Российский адвокат. – № 5. – 2007. – (<http://gra.ros-adv.ru/magazine.php?m=60&a=3>)
26. Там же.
27. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
28. См.: Шепилов Д. Указ. соч.
29. См.: Шепилов Д. Указ. соч.





Т. Павлова, Л. Сандлер

Лингвокультурологический подход к преподаванию языка специальности в иностранной аудитории



Аннотация: В статье анализируются проблемы лингвокультурологического подхода к преподаванию русского языка по специальностям «Журналистика», «Реклама», «PR» в иностранной аудитории. Рассматриваются вопросы специфики образовательных систем разных стран, приемы глубокого погружения в российскую действительность. В публикации подчеркивается важность расширения культурного багажа иностранной аудитории и применения теоретических знаний и практических навыков в творческих заданиях студентов. В публикации также анализируются процессы глобализации информационного поля журналистики и такие явления, как «инфотеймент», «финишинг» и «эксин».

Ключевые слова: лингвокультурология, образовательные системы, прецедентный текст, стилистическое богатство русского языка, процессы глобализации информационного поля.

Abstract: The article analyses the problems of linguoculturological approach to teaching the Russian language to foreign students majoring in «Journalism», «Advertising», «PR». It dwells on the peculiarities of education systems in different countries as well as the methods of immersion in the Russian context. The authors pay attention to the expansion of foreign students' cultural equipment and the application of the theoretical knowledge and practical skills in creative tasks of the students. The article also analyses globalization processes of journalism information field as well as the phenomena of «infotainment», «finishing» and «action».

Key words: linguoculturology, education systems, precedent text, stylistic variety of the Russian language, globalization processes of the information field.

Одна из целей обучения иностранному языку – успешная межкультурная коммуникация. Главная трудность на этом пути – разные культурно-мен-

Об авторе: Сандлер Людмила Леонидовна, кандидат филологии, доцент кафедры стилистики и литредактирования. Павлова Тамара Алексеевна, преподаватель кафедры стилистики и литредактирования.

тальные системы знаний, представлений, оценок студентов. Традиционно эту область преподавания связывали с лингвострановедением (термин Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова). В современной науке принято различать научные понятия лингвокультурологии и лингвострановедения. Хотя они имеют общий предмет исследования, лингвострановедение опирается лишь на предметно-понятийную сферу культуры, в то время как лингвокультурология представляет собой целостное теоретико-описательное изучение объектов как функционирующей системы культурных ценностей [Маслова, 2001].

Лингвокультурология – дисциплина, изучающая проявление, отражение и фиксацию культуры в языке и дискурсе. Она непосредственно связана с изучением национальной картины мира, языкового сознания, особенностей ментально-лингвального комплекса» [Красных, 2002:12].

Ученые отмечают становление лингвокультурологии «как научной дисциплины, исследующей воплощенные в живом национальном языке материальную культуру и менталитет, проявляющиеся в языковых процессах в их действительной преемственности с языком и культурой этноса» [Зиновьева, Юрков, 2009: 24].

В. В. Воробьев считает лингвокультурологию именно научной дисциплиной, а не «аспектом преподавания языка, как лингвострановедение». При этом ученый совершенно справедливо отдает должное предпочтение лингвострановедению как базовому ориентиру, считая лингвокультурологию «своеобразной преемницей лингвострановедения» [Воробьев, 2008: 32].

В. В. Воробьев подчеркивает: «Лингвокультурология – комплексная научная дисциплина синтезирующего типа, изучающая взаимосвязь и взаимодействие культуры и языка в его функционировании и отражающая этот процесс как целостную структуру единиц в единстве языкового и внеязыкового содержания при помощи системных методов и с ориентацией на современные приоритеты и культурные установления» [Воробьев, 2008: 37].

Главная цель лингвокультурологии, по мнению В. В. Красных, «выявить с помощью и на основе языковых данных базовые оппозиции куль-

туры, закрепленные в языке и проявляющиеся в дискурсе; отраженные в зеркале языка и в нем зафиксированные представления об окультуренных человеком сферах: пространственной, речевой, деятельности» [Красных, 2002:13]. Таким образом, необходимо такое построение учебного процесса, которое базируется на синтезе лингвокультурологии и лингвострановедения.

В иностранной аудитории проблемы лингвокультурологического подхода к преподаванию языка специальности стоят особенно актуально и остро, поскольку разная религия, политическое и экономическое устройство стран Африки, Ближнего Востока (Иордания, Палестина, Сирия и др.), Юго-Восточной Азии (Вьетнам, Индонезия, Китай, Таиланд и др.), стран Средней Азии (Казахстан, Туркменистан, Узбекистан и др.) накладывают отпечаток на менталитет, обычаи и поведение молодых людей. В этих странах приняты разные образовательные системы, и в связи с этим студенты обладают разной суммой знаний (в том числе и разным уровнем владения русским языком), навыков и умений.

Так, во многих африканских странах главная форма отчетности и учебного контроля проявляется преимущественно в форме письменных тестов, а устная речь не воспринимается серьезно. Поэтому такие студенты не имеют навыков передачи содержания связанных текстов, обработки информации путем составления разного вида планов. Вьетнамские учащиеся, к примеру, затрудняются читать материалы большого объема, а чтение арабами текстов справа налево замедляют восприятие русскоязычных текстов. В связи с этим можно предложить приемы, позволяющие эффективно усваивать главную информацию в публикации. Так, для вьетнамских студентов наиболее полезной будет работа по составлению тезисного плана, а в дальнейшем – плана композиции целого текста. Для арабских студентов необходима тренировка чтения в наиболее быстром темпе вслух и «про себя», а затем проверка степени усвоения содержания. Для учащихся из стран Средней Азии, где русский язык до сих пор частично используется в повседневном общении, важно выработать навыки грамматически правильно оформленной письменной речи. Для всех иностранных студентов эффективными оказываются промежуточные контрольные письменные задания небольшого объема.

Лингвокультурная специфика ярко проявляется и в особенностях русской образовательной системы, когда иностранные студенты сталкиваются с интенсивными методами обучения в маленьких группах, где требуется постоянное внимание к материалу и готовность к неоднократным ответам во время практических занятий.

Еще одна трудность заключается в разнообразии специальностей, которым обучаются студенты на факультете журналистики: журналистика, реклама и связи с общественностью. Подчеркнем, что для студентов-иностранцев не существует учеб-

ников по изучению языка специальности. С этой целью для наиболее эффективного изучения языка СМИ мы разработали комплекс учебных пособий по основным дисциплинам [6,7,8,9,10,11]: адаптировали тексты, посвященные основным научным понятиям журналистики, теории жанров периодики, ТВ и РВ. В некоторых текстах рассматриваются актуальные проблемы бумажной прессы, языка СМИ, свободы слова и др. Главная задача – научить студентов свободно владеть терминологическим аппаратом специальности, чтобы применять эти знания при подготовке разного рода учебно-научных работ (рефератов, курсовых проектов и ВКР), а также использовать их на практике. В соответствии с этим, иностранные студенты участвовали в 10 получасовых программах на региональном радио, публиковались в областной газете «Коммуна», выступали с научными сообщениями на всероссийских научно-практических конференциях аспирантов и студентов, готовили доклады для фестивалей и олимпиад русского языка, где получали различные призы и награды. Все эти формы работы с текстами (в устной и письменной форме) позволяют говорить о действенности методов включения иностранных студентов в общественную и профессиональную среду.

Традиционно лингвокультурологический подход связывают с изучением такой самобытной, специфической области языка, как фразеология. В. Н. Телия считает, что «языковые единицы, выступая в функции культурных знаков – эталонов или стереотипов культурно-национального миропонимания, участвуют не только в воспроизведении и межпоколенной трансляции установок национальной культуры, но и формируют ее вместе с усвоением и употреблением языка» [Телия, 1996: 269] В этом случае, на наш взгляд, стоит сосредоточить внимание преподавателя на поэтапном и постепенном освоении значения фразеологизма: от изучения словарных толкований слов, входящих в него, стоит перейти к этимологическому значению выражения, а затем – к современному пониманию его в языке. Выстраивая таким образом логику восприятия смысла, мы можем закрепить цельные выражения в речи иностранцев. Этому способствует, например, задание по изучению фразеологизмов, характеризующих человека: белая ворона, голова садовая, восходящая звезда, ума палата, семь пядей во лбу и т. п. Многочисленные лингвокультурные ассоциации вызывают интерес к изучаемому материалу, который закрепляется в творческом задании: создать портретную зарисовку своего друга, близкого человека или сокурсника, используя подобные выражения. В дальнейшем этот пласт экспрессивных средств языка позволяет студентам создавать более качественные публикации.

Лингвокультурологический подход к изучению языка специальности проявляется в необходимости глубокого погружения в российскую действительность. Материалы СМИ наполнены прецедентными именами, фактами, текстами,

требующих «декодирования» при помощи словарей, интернета и, естественно, преподавателя – носителя социально-культурного опыта, обладателя необходимых фоновых знаний. При этом студенты учатся улавливать многослойность смыслов, в том числе и подтекст: критическое или ироническое отношение автора к высказыванию, негативный исторический пример, соотносимый с современностью, пафос патриотизма или полное неприятие фактов реальности.

О «диалоге культур» говорят многие исследователи. Так, Е. И. Пассов настаивает на деятельностном подходе к этому понятию. При столкновении с фактом другой культуры человек оказывается в определенной ситуации как системе взаимоотношений. Стремясь к взаимопониманию как цели «диалога культур», он интерпретирует факт культуры. Нельзя, по мнению ученого, трактовать взаимопонимание поверхностно, как понимание друг друга на вербальном уровне, понимание значения слов, фраз, речевых функций, то есть того, что человек говорит, а не того, что за этим стоит, какой смысл имеет в контексте межкультурного общения, в контексте диалога культур [Пассов, 2008: 40-43].

Для того чтобы развить у студентов умения, ведущие к взаимопониманию, в том числе и в интерпретации медийных текстов, необходимо включать в учебники различные культурные контексты. В процессе их изучения ученик проходит следующие этапы: усваивает факты культуры, то есть воспринимает их, осознает, сопоставляет, анализирует их ценность. Обязательным аспектом обучения является эмоциональное восприятие фактов культуры – любопытство, восхищение или безразличие. [Пассов, 2008: 44].

В случае неприятия какого-либо культурного феномена, включаются механизмы толерантности, понимания особенностей менталитета другого народа.

Такой подход оказывается полезным при изучении этнографических и путевых очерков о тех странах и регионах, где живут студенты. Так, при изучении путевого очерка о Китае китайцы с удивлением узнали некоторые факты, касающиеся обычаев и традиций старины. В этом, на наш взгляд, проявляется, в том числе, и просветительская функция журналистики: привлечение знаний об истории, религии, экономике разных стран обогащает культурный багаж аудитории, вызывает творческие дискуссии, получающие отражение и в творческих заданиях студентов-журналистов. Например, один из типов таких заданий – подготовленный монолог с рассказом об обычаях своей страны.

При изучении неадаптированных текстов СМИ особую сложность представляет стилистическое богатство русского языка. В изданиях разного типа широко используются разговорные и просторечные слова с разной степенью выраженной в них экспрессии, молодежный сленг и уголовный жаргон, высокая и новейшая заимствованная лек-

сика. Помочь разобраться в стилистических оттенках текста, оценить поэтическую красоту метафоры или сравнения, придуманных журналистом, уточнить значение иностранного слова, еще не включенного в академические словари, – вот лишь некоторые задачи, стоящие перед преподавателем в иностранной аудитории. Отметим, что этот вид работы особенно важен при изучении материалов художественно-публицистических жанров, поскольку главной задачей автора является создание образов реальных героев публикаций, передача собственных мнений, оценок и эмоций.

Процессы глобализации информационного поля активно проявляются в современных способах подачи материалов в различных СМИ. К примеру, такие явления, как «инфотейнмент», «финишинг», «экшн» можно продемонстрировать на примере разных дискурсов: интернета, телевидения, газетных материалов. «Инфотейнмент», или развлекательные новости, широко используются в таких передачах, как «Другие новости» (1 канал), «Х-версии» (ТВ-3), в рубрике газеты «Комсомольская правда» «Люди, которые нас удивили», а в интернете подобную информацию легко можно найти в ссылках «Светская жизнь» и др. Все большую популярность приобретает «экшн» как способ активизации гражданского общества. Например, получили широкий общественный резонанс акции, организованные Первым каналом ТВ по сбору средств для детей с онкологическими заболеваниями, а также для жителей Дальнего Востока, пострадавших от наводнения. «Финишинг» (то есть программы с продолжением, с открытым концом), присутствующий в этом случае, дополняет воздействие на аудиторию. Ярким примером «финишинга» является программа «Человек и закон», когда телеведущий А. Пиманов неоднократно возвращается к судьбе героев своих передач. Ожидание «счастливого конца», победа добра над злом, торжество закона – эти культурные универсалии понятны в любой аудитории. Студенты-иностранцы легко находят параллели с национальными программами, а потом успешно используют эти знания в выпускных квалификационных работах, посвященных подобным темам.

Итак, мы обозначили главные направления при лингвокультурологическом подходе к изучению языка специальности в иностранной аудитории.

Используя перечисленные методы и приемы, мы достигаем следующих результатов:

- добиваемся акцента на изучении самых актуальных материалов, позволяющих представить картину современной России и целого мира;
- декодируем неадаптированные тексты СМИ, добиваясь прозрачности их смысла, а значит, и эффективного восприятия информации;
- выбирая интересную культурологическую информацию, помогаем иностранным студентам адаптироваться в российской культурной и профессиональной среде;

– готовим студентов к выполнению учебно-научных проектов, вводя в широкое употребление профессиональную и научную терминологию.

г. Воронеж

Литература:

1. Верещагин Е. М. Язык и культура : Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Русский язык, 1990. – 246 с.
2. Воробьев В. В. Лингвокультурология : Монография / В. В. Воробьев. – М. : РУДН, 2008. – 336 с.
3. Зиновьева Е. И. Лингвокультурология: теория и практика / Е. И. Зиновьева, Е. Е. Юркова. – СПб. : ООО Издательский дом «МИРС», 2009. – 291 с.
4. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : Курс лекций / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
5. Маслова В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
6. Павлова Т. А. Язык газеты : учеб. пособие для студ.-иностран. высш. учеб. заведений / Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер. – Вып. 1. – Воронеж, 2005. – 48 с.
7. Павлова Т. А. Язык радио : учеб. пособие для студ.-иностран. высш. учеб. заведений / Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер. – Вып. 3. – Воронеж, 2008. – 72 с.
8. Павлова Т. А. Язык телевидения : учеб. пособие для студ.-иностран. высш. учеб. заведений / Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер. – Вып. 2. – Воронеж, 2005. – 40 с.
9. Павлова Т. А. Язык очерка : учеб. пособие для студ.-иностран. высш. учеб. заведений / Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер. – Вып. 4. – Воронеж, 2011. – 68 с.
10. Павлова Т. А. Стилистика деловой речи : учеб. пособие для студ.-иностран. высш. учеб. заведений / Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер. – Воронеж, 2013. – 58 с.
11. Павлова Т. А. Язык специальности: газета : учеб. пособие для студ.-иностран. высш. учеб. заведений / Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер. – Вып. 6. – Воронеж, 2014. – 156 с.
12. Пассов Е. И. Русское слово в методике как путь в мир русского слова, или Есть ли у методики будущее? / Е. И. Пассов. – СПб. : Издательский дом МИРС, 2008. – 60 с.
13. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 288 с.





А. Лихачева

Тема русского человека в публицистике Ф. М. Достоевского («Зимние заметки о летних впечатлениях», «Дневник писателя»)

Аннотация: В данной статье проводится анализ трансформации образа русского человека в творчестве Ф. М. Достоевского, происходящей под влиянием общественно-политической среды и мировоззрения автора, посредством сравнения данной тематики в произведениях Н. В. Гоголя.

Ключевые слова: Россия, русская душа, художественный мир писателя, тема русского человека, художественная литература, публицистическое творчество, характер, нравы, чувства.

Тема русского человека, будучи одной из важнейших и в художественном творчестве Ф. М. Достоевского, и в его публицистике, требует специального изучения.

В качестве материала исследования были выбраны публицистические произведения Достоевского («Зимние заметки о летних впечатлениях» и «Дневник писателя»), в которых слово «русский» и его словоформы обретают особое значение. Нас интересовали контексты, в которых эта лексема находила у Достоевского себе место и обретала в них то или иное смысловое наполнение. В ходе исследования все найденные контексты анализировались и типологизировались. В результате были выявлены тематические разделы текста «русского человека» в публицистике Достоевского. Эти разделы, в свою очередь, были распределены по следующим категориям: *Характер – Нравы – Россия и русские глазами Европы – Душа – Ум – Чувства – Вера – Русские женщины – Язык и литература – Русское предназначение – Русские и русские.*

Занимаясь таким образом систематизацией материала, мы отдавали себе отчет, что своеобразие подхода Достоевского к теме «русского человека» полноценно и полнозначно возможно выявить только с учетом историко-культурного контекста, в котором творчество Н. В. Гоголя занимает исключительное место. Поэтому сравнительный анализ Достоевского и Гоголя в аспекте темы «русского человека» стал частью нашей работы, которая, что

Об авторе: Лихачева А. А. – студентка факультета журналистики Воронежского государственного университета. Научный руководитель – проф. Савинков С. В.

тоже необходимо подчеркнуть, носит пока предварительный характер.

I

1. Характер:

«Зимние заметки о летних впечатлениях»:1) Кому из всех нас русских (то есть читающих хоть журналы) Европа не известна вдвое лучше, чем Россия?

2) «Рассудка француз не имеет, да и иметь его почел бы за величайшее для себя несчастье». Все подобные, отделяющие иностранцев фразы, даже если и теперь встречаются, заключают для нас, русских, что-то неотразимо приятное.

3) Почему Европа имеет на нас, кто бы мы ни были, такое сильное, волшебное, призывное впечатление?

4) Чацкий – это совершенно особый тип нашей русской Европы, это тип милый, восторженный, страдающий, взывающий и к России, и к почве, а между тем все-таки уехавший опять в Европу, когда надо было сыскать, Где оскорбленному есть чувству уголок... — одним словом, тип совершенно бесполезный теперь и бывший ужасно полезным когда-то.

5) Русским вообще ужасно хочется показать в магазинах, что у них необъятно много денег.

6) Вообще, заграничные люди – это мне в глаза бросилось – почти все несравненно наивнее русских.

7) ...русский – скептик и насмешник, говорят про нас французы, и это так.

«Дневник писателя»:

1) Неужели это безмыслие в русской природе? Я говорю безмыслие, а не бессмыслие. Ну, не верь, но хоть помысли.

2) Я никогда не мог забыть фельдъегеря и многое позорное и жестокое в русском народе как-то по неволе и долго потом склонен был объяснять уж, конечно, слишком однобожностью.

3) Если же мы так в свое время ценили и уважали этих злых человечков, то единственно потому, что они являлись как люди будто бы прочной ненависти, в противоположность нам, русским, как известно, людям весьма непрочной ненависти, а эту черту мы всегда и особенно презирали в себе. Русские люди долго и серьезно ненавидеть не умеют,

и не только людей, но даже пороки, мрак невежества, деспотизм, обскурантизм, ну и все эти прочие ретроградные вещи.

4) Я как-то слепо убежден, что нет такого подлеца и мерзавца в русском народе, который бы не знал, что он подл и мерзок...

5) Да и какой истинный русский не думает прежде всего о Европе?

6) Так что можно бы даже сказать, что мы, русские, люди с гораздо более реальным, глубоким и благоразумным взглядом, чем все эти англичане.

7) Я хотел бы, наконец, указать, что в народе нашем вполне сохранилась та твердая сердцевина, которая спасет его от излишеств и уклонений нашей культуры и выдержит грядущее к народу образование, без ущерба лику и образу народа русского.

8) Тем не менее честность, бескорыстие, прямота и откровенность демократизма в большинстве русского общества не подвержены уже никакому сомнению.

9) Но нам нечего бояться их приговоров: в этом самоотверженном бескорыстии России – вся ее сила, так сказать, вся ее личность и всё будущее русского назначения.

10) Это, действительно и на самом деле, почти братская любовь наша к другим народам, выжитая нами в полтора века общения с ними; это потребность наша всеслужения человечеству, даже в ущерб иногда собственным и крупным ближайшим интересам; это примирение наше с их цивилизациями, познание и извинение их идеалов, хотя бы они и не ладили с нашими; это нажитая нами способность в каждой из европейских цивилизаций или, вернее, – в каждой из европейских личностей открывать и находить заключающуюся в ней истину, несмотря даже на многое, с чем нельзя согласиться.

11) За границей, в толпе иностранцев, мне всегда бывает легче: тут каждый идет совершенно прямо, если куда наметил, а наш идет и оглядывается: «что, дескать, про меня скажут». Впрочем, на вид тверд и незыблем, а на самом деле ничего нет более шатающегося и в себе неуверенного. Незнакомый русский если начинает с вами разговор, то всегда чрезвычайно конфиденциально и дружелюбно, но вы с первой буквы видите глубокую недоверчивость и даже затаившееся мнительное раздражение...

12) Всякий как будто хочет отмстить кому-то за свое ничтожество, а между тем это может быть во все и не ничтожный человек, бывает так, что даже совсем напротив. Нет человека, готового повторять чаще русского: «какое мне дело, что про меня скажут», или: «совсем я не забочусь об общем мнении» – и нет человека, который бы более русского (опять-таки цивилизованного) более боялся, более трепетал общего мнения, того, что про него скажут или подумают.

13) Эти две противоположности всегда сидят почти во всяком интеллигентном русском и для

него же первого и невыносимы, так что всякий из них носит как бы «ад в душе».

14) ...узнав, что вы русский, соотечественник непременно начнет: «Вы русский? как приятно встретиться на чужбине с соотечественником <...> и тут сейчас же начинаются какие-нибудь откровенности, именно <...> в братском тоне <...>. Но не верьте тону: соотечественник хоть и улыбается, но уже смотрит на вас подозрительно <...> он вас меряет, он уже непременно боится вас, он уже хочет лгать...

15) ...когда наш русский идеалист <...> вдруг по какому-нибудь случаю увидит необходимость подать или заявить свое мнение в каком-нибудь деле <...> и заявить не как-нибудь, не мимоходом, а <...> с тем, чтоб непременно иметь влияние, – то вдруг обращается весь, каким-то чудом, не только в завязанного реалиста и прозаика, но даже в циника.

16) ... русский человек с самого начала и никогда не мог и представить себя без земли.

17) Но чуть лишь у нас раздвинулись заборы, то русский человек тотчас же обнаружил скорее лихорадочное беспокойство и нетерпение в стремлении к делу и даже неустанность в деле, чем желание лезть на печку.

18) И откуда только вы могли вывести, что русское общество так склонно к самокрасованию и к смотрению на себя в зеркало? Все факты тому противоречат. Напротив, это самое недоверчивое к себе, самое самобичующее общество в целом мире!

19) Но простота взгляда поразила меня ужасно, и именно тогда я задумался о простоте вообще и об нашей русской стремительности к обобщению, в частности. Эта удовлетворимость наша простейшим, малым и ничтожным, по меньшей мере поразительна.

20) Вот потому-то, что народ русский сам был угнетен и перенес многовековую крестную ношу, – потому-то он и не забыл своего «Православного дела» и страдающих братьев своих, и поднялся духом и сердцем, с совершенной готовностью помочь всячески угнетенным.

21) Поймут когда-нибудь даже и народы славянские всю правду русского бескорыстия, а к тому времени восполнится и духовное их единение с нами.

22) Этот индифферентизм есть в наше время даже почти русская особенность сравнительно хотя бы с другими европейскими нациями. Он давно уже проник и в русское интеллигентное семейство и уже почти что разрушил его.

II. Нравы

«Зимние заметки о летних впечатлениях»:

1) Вот теперь много русских детей везут воспитываться во Францию;

2) Слышал я недавно, что какой-то современный помещик, чтоб слиться с народом, тоже стал носить русский костюм и повадился было в нем на сходки ходить;

3) А эпюзы кушают конфетки, гантируются, так что русские барыни в отдаленном Петербурге им завидуют до истерики, показывают свои ножки и преграциозно приподымают свои платья на бульварах.

«Дневник писателя»:

4) И бесспорно, что в последние двадцать лет даже ужасно много русских людей вдруг вообразили себе почему-то, что они получили полное право на бесчестье, и что это теперь уже хорошо, и что их за это теперь уже похвалят, а не выведут.

5) «Обособление» есть ведь разъединение; я в этом смысле и говорю, что в нашем молодом спиритизме заметны сильные элементы к восполнению и без того уже всё сильнее и прогрессивнее идущего разъединения русских людей.

6) ... все беспокоятся, все во всем принимают участие, все желают высказать мнение и заявить себя, и вот только одного не могу решить, чего больше желают: обособиться ли в своем мнении каждый или спется в один общий стройный хор.

7) Это одно из тех имен нашего могучего, самонадеянного и в то же время больного столетия, полного самых невыясненных идеалов и самых неразрешимых желаний, – имен, которые, возникнув там у себя, в «стране святых чудес», переманили от нас, из нашей вечно создающейся России, слишком много дум, любви, святой и благородной силы порыва, живой жизни и дорогих убеждений. Но не жаловаться нам надо на это: вознося такие имена и преклоняясь перед ними, русские служили и служат прямому своему назначению.

8) Что русские действительно в большинстве своем заявили себя в Европе либералами, – это правда, и даже это странно.

9) ...но настаиваю лишь на том, что либеральных русских даже несравненно больше, чем нелиберальных.

10) ...Россия, стало быть, есть нечто совсем самостоятельное и особенное, на Европу совсем непохожее и само по себе серьезное.

11) ...мы, стало быть, революционеры не для разрушения только, там, где не строили, не как гунны и татары, а для чего-то другого, чего мы пока, правда, и сами не знаем (а те, кто знает, те про себя таят).

12) ... в чухонском Петербурге мы не избегли влияния соседних немцев...

13) Русский генерал за границей больше всего хлопочет, чтоб не осмелился кто из встречающихся русских с ним не по чину заговорить, пользуясь тем, что, дескать, «мы за границей, а потому и сравнялись». А потому с первой минуты, в дороге например, погружается в строгое и мраморное молчание; а тем и лучше, никому не мешает. Кстати, русский генерал, отправляющийся за границу, иногда даже очень любит надеть статское платье и заказывает у первейшего петербургского портного, а приехав на воды, где всегда так много хорошеньких дам со всей Европы, очень любит пощеголять.

14) Всякий знает, что такое чиновник русский, из тех особенно, которые имеют ежедневно дело с публикою: это нечто сердитое и раздраженное, и если не высказывается иной раз раздражение видимо, то затаенное, угадываемое по физиономии. Это нечто высокомерное и гордое, как Юпитер.

15) Ползая рабски перед формами языка и перед мнением гарсонов, русские парижане естественно также рабы и перед французскою мыслью.

16) Всем известно, что мы, русские, или, лучше сказать, мы, петербуржцы, так сложили свою жизнь, что видимся и ведем дела подчас бог знает с кем, а друзей наших хоть и не забываем (разве может петербуржец что-нибудь или кого-нибудь забыть), но преспокойно не видимся с ними иногда даже по целым годам.

17) Русские друзья обыкновенно видятся в пять лет по одному разу, а многие чаще и не вынесли бы.

18) Да, давно уже не заявляла себя так земля русская, так сознательно и согласно, и, кроме того, мы действительно ведь родных и братьев нашли, и уж это не высокий лишь слог.

19) Заметим, кстати и вообще, что наше русское западничество, то есть европейничанье, укрепляясь на русской земле, принимает мало-помалу, и весьма часто, далеко не европейский оттенок, так что иную европейскую идею, занесенную к нам иными «хранителями указаний», иногда даже и узнать нельзя вовсе – до того изменится она, перемалываясь в русских теориях и в приложении к русской жизни, которую, вдобавок, теоретик не знает вовсе, да и знать ее не находит нужным.

III. Россия и русские глазами Европы

«Зимние заметки о летних впечатлениях»:

1) ...мне показалось, что немец куражится. «Верно, догадался, что я иностранец и именно русский», – подумал я. По крайней мере его глаза чуть не проговаривали: «Ты видишь наш мост, жалкий русский, – ну так ты червь перед нашим мостом и перед всяки немецки человек, потому что у тебя нет такого моста».

«Дневник писателя»:

2) ...вновь на русских смотрят в Европе недоверчиво... Но, однако, чего нам гоняться за доверчивостью Европы? Разве смотрела когда Европа на русских доверчиво, разве может она смотреть на нас когда-нибудь доверчиво и не враждебно?

3) Я сказал, что русских не любят в Европе. Что не любят – об этом, я думаю, никто не заспорит, но, между прочим, нас обвиняют в Европе, всех русских, почти поголовно, что мы страшные либералы, мало того – революционеры и всегда, с какою-то даже любовью, склонны примкнуть скорее к разрушительным, чем к консервативным элементам Европы.

4) Надо заметить, что если Европа смотрит на славян в настоящее время так бесчувственно, то уже, конечно, потому, что и русские – славяне. Иначе австрийские газеты не боялись бы так сер-

бов, слишком ничтожных военной силой перед австрийским могуществом, и не сравнивали бы их с Пиемонтом...

5) Немцы не сделали мне ни одного возражения, они лишь улыбались словам моим, но не высокомерно, а даже ободрительно, совершенно уверенные, что я, как русский, говорю, лишь защищая русскую честь, но по глазам их было видно, что не поверили мне ни капли и остались при своем.

6) Русских в Дрездене было тогда очень много, и многие из них передавали потом, как всякий, даже лавочник, чуть лишь заговаривал с русским, хотя бы только пришедшим к нему в лавку купить что-нибудь, тотчас же старался вернуть: «вот мы покончили с французами, а теперь примемся и за вас». Эта злоба против русских вскипела тогда в народе сама собою...

7) Указывая на эту ярость немецкой прессы, уверяющей, что русские хотят захватить Восток и славян, чтоб, усилившись, низринуться на европейскую цивилизацию...

8) Да Россия виновата уже тем, что она Россия, а русские тем, что они русские, то есть славяне: ненавистно славянское племя Европе, les esclaves, дескать, рабы, а у немцев столько этих рабов: пожалуй, взбунтуются.

9) Чуткая Европа тотчас же это разглядела и следит теперь за русским движением с чрезвычайным вниманием. Сознательная политическая мысль в нашем народе – для нее совершенная неожиданность.

10) Самые слухи и толки о политическом и социальном разложении русского общества, как национальности, давно уже крепившиеся в Европе, несомненно должны получить теперь, в глазах ее, сильное опровержение: оказалось, что, когда надо, русские умеют и соединяться.

IV. Душа

«Дневник писателя»:

1) Кто истинный друг человечества, у кого хоть раз билось сердце по страданиям народа, тот поймет и извинит всю непроходимую наносную грязь, в которую погружен народ наш, и сумеет отыскать в этой грязи бриллианты. Повторяю: судите русский народ не по тем мерзостям, которые он так часто делает, а по тем великим и святым вещам, по которым он и в самой мерзости своей постоянно воздыхает.

2) ...в этом протестующая русская душа, которой европейская культура была всегда, с самого Петра, ненавистна и во многом, слишком во многом, оказывалась чуждой русской душе?

3) О, конечно, этот протест происходил почти всё время бессознательно, но дорого то, что чутье русское не умирало: русская душа хоть и бессознательно, а протестовала именно во имя своего русизма, во имя своего русского и подавленного начала?

4) Тут, главное, много бессознательного, а с моей стороны, может быть, слишком сильная вера в непрерывающееся русское чутье и в живучесть русского духа.

5) Да, это была «кончина за народ», и не за один лишь славянский народ, а и за дело вообще, православное и русское дело, и народ всегда это хорошо поймет. Нет, народ наш не матерьялист и не развращен еще духом настолько, чтоб думать об одних только насущных выгодах и о положительном интересе. Он рад духовно, если предстанет великая цель, и примет ее как хлеб духовный.

6) На них подействует неотразимое обаяние великого и мощного русского духа, как начала им родственного.

7) Веру татарина никогда тоже не унижал русский, никогда не притеснял и не гнал, и – поверьте, что нигде на Западе и даже в целом мире не найдете вы такой широкой, такой гуманной веротерпимости, как в душе настоящего русского человека.

8) Великий дух русский оставит следы свои в их душах – и из русской крови, за них пролитой, вырастет и их доблесть.

V. Ум

«Дневник писателя»:

1) Эти изображения, так сказать, почти давят ум глубочайшими непосильными вопросами, вызывают в русском уме самые беспокойные мысли, с которыми, чувствуется это, справиться можно далеко не сейчас; мало того, еще справишься ли когда-нибудь?

2) С своей стороны русский народ никогда и не был врагом науки, мало того, она уже проникала к нам еще и до Петра.

3) ...в Москве дошли до понятия, что всякое более близкое общение с Европой даже может вредно и развратительно повлиять на русский ум и на русскую идею, извратить самое православие и совлечь Россию на путь погибели...

4) Одним словом, это вообще и согласное русское движение свидетельствует уже и о зрелости национальной в некоторой значительной даже степени и не может не вызывать к себе уважения.

VI. Чувства

«Дневник писателя»:

1) А если притом и так много грязи, то русский человек и тоскует от нее всего более сам, и верит, что всё это – лишь наносное и временное, наваждение диавольское, что кончится тьма и что непременно воссияет когда-нибудь вечный свет.

2) Встреча была уединенная, в пустом поле, и только бог, может, видел сверху, каким глубоким и просвещенным человеческим чувством и какою тонкою, почти женственной нежностью может быть наполнено сердце иного грубого, зверски невежественного крепостного русского мужика, еще и не ждавшего, не гадавшего тогда о своей свободе.

3) Мы, русские, тогда, конечно, тоже желали, все сплошь, удачи французам; не любим мы как-то немцев сердечно, хотя умственно готовы их уважать.

4) Да народ и веры не знает, скажете вы, он и молитвы не умеет прочесть, он поклоняется до-

ске и лепечет какой-то вздор, про святую пятницу и про Фрола и Лавра. На это отвечаю вам, что вот эти-то мысли и явились у вас из продолжающегося презрения вашего к русскому народу и упорно сохраняющемуся в русском культурном типе.

5) Ну так вот я и боялся, чтоб на наше русское братолюбие всё это не подействовало холодной водой. Но оказалось напротив, – до того напротив, что для многих даже и русских неожиданно.

VII. Вера

«Дневник писателя»:

1) Мы, русские – народ молодой; мы только что начинаем жить, хотя и прожили уже тысячу лет; но большому кораблю большое и плавание. Мы народ свежий, и у нас нет святынь *quand tème*. Мы любим наши святыни, но потому лишь, что они в самом деле святые. Мы не потому только стоим за них, чтоб отстоять ими *l'Ordre*. Святыни наши не из полезности их стоят, а по вере нашей. Мы не станем и отстаивать таких святынь, в которые перестанем верить сами, как древние жрецы, отстаивавшие, в конце язычества, своих идолов, которых давно уже сами перестали считать за богов.

2) Даже, может быть, и ничему не верующие поняли теперь у нас наконец, что значит, в сущности, для русского народа его Православие и «Православное дело»?

3) Они поняли, что это вовсе не какая-нибудь лишь обрядная церковность, а с другой стороны, вовсе не какой-нибудь *fanatisme religieux* (как уже и начинают выражаться об этом всеобщем теперешнем движении русском в Европе), а что это именно есть прогресс человеческий и всеочеловечение человеческое, так именно понимаемое русским народом, ведущим всё от Христа, воплощающим всё будущее свое во Христе и во Христовой истине и не могущим и представить себя без Христа.

4) Русская вера, русское православие есть всё, что только русский народ считает за свою святыню; в ней его идеалы, вся правда и истина жизни.

5) Да и кроме исторической и текущей необходимости, русский человек ничего не знает выше христианства, да и представить не может.

6) В русском христианстве, по-настоящему, даже и мистицизма нет вовсе, в нем одно человеколюбие, один Христов образ, – по крайней мере, это главное.

VIII. Русские женщины

«Дневник писателя»:

1) Русская земля как будто потеряла силу держать на себе людей. И сколько в ней несомненно честных людей и особенно честных женщин! Женщины у нас подымаются и, может быть, многое спасут, об этом я еще буду говорить. Женщины – наша большая надежда, может быть, послужат всей России в самую роковую минуту; но вот в чем беда: честных-то у нас много, очень много, то есть, видите ли: скорее добрых, чем честных, но никто из них не знает, в чем честь, решительно не верит

ни в какую формулу чести, даже отрицает самые ясные прежние ее формулы, и это почти везде и у всех, что за чудо?

2) А в заключение мне хочется прибавить еще одно слово о русской женщине. Я сказал уже, что в ней заключена одна наша огромная надежда, один из залогов нашего обновления. Возрождение русской женщины в последние двадцать лет оказалось несомненным.

3) Русская женщина целомудренно пренебрегла препятствиями, насмешками. Она твердо объявила свое желание участвовать в общем деле и приступила к нему не только бескорыстно, но и самоотверженно. Русский человек, в эти последние десятилетия, страшно поддался разврату стяжания, цинизма, материализма; женщина же осталась гораздо более его верна чистому поклонению идее, служению идее. В жажде высшего образования она проявила серьезность, терпение и представила пример величайшего мужества.

4) «Дневник писателя» дал мне средство ближе видеть русскую женщину; я получил несколько замечательных писем: меня, неумелого, спрашивают они: «что делать?»

5) Вижу, впрочем, и некоторые недостатки современной женщины и главный из них – чрезвычайную зависимость ее от некоторых собственно мужских идей, способность принимать их на слово и верить в них без контроля. Говорю далеко не обо всех женщинах, но недостаток этот свидетельствует и о прекрасных чертах сердца: ценят они более всего свежее чувство, живое слово, но главное, и выше всего, искренность, а поверив искренности, иногда даже фальшивой, увлекаются и мнениями, и вот это иногда слишком.

6) Короче, я не буду защищать прав русской женщины на высокое положение среди женщин всей Европы...

IX. Язык и литература

«Дневник писателя»:

1) Не дивитесь, что я заговорил вдруг об русской литературе. Но за литературой нашей именно та заслуга, что она, почти вся целиком, в лучших представителях своих и прежде всей нашей интеллигенции, заметьте себе это, преклонилась перед правдой народной, признала идеалы народные за действительно прекрасные.

2) Это русское отношение к всемирной литературе есть явление, почти не повторявшееся в других народах в такой степени, во всю всемирную историю, и если это свойство есть действительно наша национальная русская особенность – то какой обидчивый патриотизм, какой шовинизм был бы вправе сказать что-либо против этого явления и не захотеть, напротив, заметить в нем прежде всего самого широко обещающего и самого пророческого факта в гаданиях о нашем будущем.

3) Шекспир, Байрон, Вальтер Скотт, Диккенс – роднее и понятнее русским, чем, например, немцам, хотя, конечно, у нас и десятой доли не рас-

ходится экземпляров этих писателей в переводах, чем в многокнижной Германии.

4) Спрашивается: как, каким средством и через какой материал наши дети усвоят себе формы этих двух древних языков, если русский язык в упадке.

5) Вся нравственно-развивающая сила этих двух древних языков, этих двух наиболее законченных форм человеческой мысли и уже поднявших, веками, весь бывший варварский Запад до высочайшей степени развития и цивилизации, – вся эта сила, естественно, минует нашу новую школу, именно из-за упадка в ней русского языка.

Х. Русское предназначение

«Дневник писателя»:

1) Величайшее из величайших назначений, уже сознанных Русскими в своем будущем, есть назначение общечеловеческое, есть общеслужение человечеству, – не России только, не общеславянству только, но всечеловечеству.

2) Подумайте и вы согласитесь, что Славянофилы признавали то же самое, – вот почему и звали нас быть строже, тверже и ответственнее русскими, – именно понимая, что всечеловечность есть главнейшая личная черта и назначение русского.

3) Вот как я понимаю русское предназначение в его идеале. Сам собою после Петра обозначился и первый шаг нашей новой политики: этот первый шаг должен был состоять в единении всего славянства, так сказать, под крылом России. И не для захвата, не для насилия это единение, не для уничтожения славянских личностей перед русским колоссом, а для того, чтоб их же воссоздать и поставить в надлежащее отношение к Европе и к человечеству, дать им, наконец, возможность успокоиться и отдохнуть после их бесчисленных вековых страданий; собраться с духом и, ощутив свою новую силу, принести и свою лепту в сокровищницу духа человеческого, сказать и свое слово в цивилизации.

4) В судьбах настоящих и в судьбах будущих православного христианства – в том заключена вся идея народа русского, в том его служение Христу и жажда подвига за Христа. <...> в судьбах христианства и заключается вся цель народа русского, хотя бы даже и разъединенного временно иными фиктивными различиями в вероисповедании.

XI. Русские и русские

«Дневник писателя»:

1) Так что наука вовсе не составляет какого-нибудь существенного и непримиримого различия между обоими классами русских людей, то есть между простонародьем и верхним культурным слоем, и выставлять науку как главное существенное различие наше от народа, повторяю, совсем неверно и было бы ошибкою, а различие надо искать совсем в другом.

2) Я хочу именно указать, что народ вовсе не так безнадежен, вовсе не так подвержен шатости и неопределенности, как, напротив, подвержен

тому и заражен тем наш русский культурный слой, которым эти все господа гордятся как драгоценнейшим, двухсотлетним приобретением России.

3) ... русские, по крайней мере высших классов русские, в большинстве своем, давным-давно уж не рождаются с живым языком, а только впоследствии приобретают какой-то искусственный и русский язык узнают почти что в школе, по грамматике.

4) ... мы, высший класс, уже достаточно оторваны от народа...

5) Но то-то и есть, что мы, в высших классах общества, уже перестаем родиться с живым русским языком – и давно уже.

6) ... неожиданным было то, что с народной идеей, с «Православным делом» – соединились вдруг почти все оттенки мнений самой высшей интеллигенции русского общества – вот тех самых людей, которых считали мы уже совсем оторвавшимися от народа.

7) Состоит он в том, что в части славянской интеллигенции, в некоторых высших представителях и предводителях славян, существует действительно затаенная недоверчивость к целям России, а потому даже враждебность к России и русским. О, я не про народ говорю, не про массу. Для народов славянских, для сербов, для черногорцев – Россия всё еще солнце, всё еще надежда, всё еще друг, мать и покровительница их, будущая освободительница!

8) Кто любит Россию, у того давно уже болело сердце за то разъединение высших слоев русских людей с низшими, с народом и с народной жизнью, которое, как существующий факт, не подвержено теперь ничьему сомнению.

9) Надо признаться, что народ и теперь, во всем этом общерусском движении этого года, выказал себя с более здоровой, точной и ясной стороны, чем многие из интеллигентного нашего класса.

II

Анализ показал, что, как и в произведениях Н. В. Гоголя, наибольшее количество цитат в указанных выше работах Ф. М. Достоевского относится к категории «Характер».

I. Характер

В отличие от Гоголя, Достоевский более полно показывает присущие русскому человеку качества, стараясь понемногу коснуться каждой черты. При этом оба автора сходятся на том, что русские – очень противоречивый, неоднозначный народ.

Почти во всяком русском есть мучительная двойственность – «ад в душе». С одной стороны, русский человек умеет «трезво» смотреть на себя, он честен, бескорыстен, демократичен; в душе его есть определенный нравственный стержень; русский человек готов действовать в ущерб «собственным и крупным ближайшим интересам».

Но в то же время русские люди не умеют «долго и серьезно ненавидеть» не только людей, но «даже пороки». И «нет более шатающегося и в себе неуве-

ренного» человека, чем русский. Он крайне зависим от общественного мнения, но не желает признаться в этом даже себе – «на вид» русский остается «тверд и незыблем». На соотечественников русский человек смотрит «подозрительно», «боится их», и «хочет лгать».

Русское общество – самое самобичующее общество в целом мире. Европа производит на «нас» «призывное впечатление»; она известна русским «вдвое лучше, чем Россия», но вместе с тем такое отношение не мешает «нам» любить «отделяющие иностранцев фразы». При этом русские люди благоразумнее европейцев.

II. Нравы:

Ф. М. Достоевский называет современное ему столетие самонадеянный и большим, полным неясных идеалов и неразрешимых желаний. «Много русских людей вдруг вообразили», что они «получили право на бесчестие». Всё сильнее чувствуется «разъединение русских людей». В уме и душе русского человека царит смятение – «все беспокоятся», желают «заявить себя», но к чему это приведет, еще неизвестно. Часть народа тянется к Европе – «детей везут воспитываться во Францию», «русские барышни» завидуют «эпузам». А многие уже рабы «перед французской мыслью». Тем не менее, остаются и те, кто неумело пытаются «слиться» с народом. А русский чиновник по-прежнему «нечто сердитое», «высокомерное и гордое».

Н. В. Гоголь много говорит о прошлом, отмечает некие «вечные», присущие народу качества. Ф. М. Достоевский больше обращает свое внимание на динамику, на то, как нравы меняются со временем и к чему это приведет в будущем.

III. Россия и русские глазами Европы:

Это категория, которая почти не представлена в ранее анализируемых произведениях Гоголя. Достоевский говорит о ней гораздо больше. Скорее всего, этот факт связан с общественно-политическими событиями того времени.

В Европе «русских не любят», на них смотрят «недоверчиво», «враждебно». Не только правительство, но и рядовые иностранцы зачастую считают русских людей «жалкими», обвиняют в либеральных и революционных настроениях. «В народе» (немцем) «кипит злоба» против русских граждан. Немецкая пресса уверяет, что русские хотят «захватить Восток и славян». При этом Европу очень удивляет и беспокоит, что на фоне складывающийся в мире ситуации в русском народе пробудилась «сознательная политическая мысль», и что, когда надо, русские умеют «соединяться».

IV. Душа:

В «Выбранных местах» Н. В. Гоголь говоря о душе, указывает, что душа русского человека велика и богата, потому что обладает определенными добродетелями. В своих произведениях Гоголь намечает идеал, к которому следует стремиться.

В произведениях Ф. М. Достоевского мы видим иной подход к категории «Душа». Федор Михайлович фиксирует состояние русской души в современный ему отрезок времени: русский народ погружен в «непроходимую наносную грязь», что не мешает ему вздыхать по «великим и святым вещам». Стремление к европейской жизни противно русскому духу. Душа протестует во имя своего «подавленного» русского «начала». Русский дух – «великий», живучий, мощный. Именно он не позволяет народу думать «об одних только насущных выгодах», не допускает развращения и разложения народа в беспокойные времена.

V. Ум:

Затрагивая эту категорию, Н. В. Гоголь приводит ряд качеств, которые присущи русскому уму.

Ф. М. Достоевский в большей степени обращает внимание читателей на внешние факторы и их возможное влияние на ум русского человека. Например, «общение с Европой», по мнению писателя, может «вредно и развратительно» повлиять на русский ум. Из-за происходящего в мире, и в частности из-за того, как эти события изображаются, русский ум уже полон самых беспокойных мыслей, и справиться с этими мыслями можно «далеко не сейчас», если вообще удастся это сделать.

VI. Чувства:

В произведениях Н. В. Гоголя говорится о многогранности и глубине чувств русского человека. Ф. М. Достоевский конкретизирует – современный ему русский тоскует от нематериальной грязи и тьмы, и вместе с тем верит, что когда-нибудь воссияет «вечный свет». И даже в беспокойные времена велико «братолюбие» русского человека. Но рядом с этим братолюбием спокойно может уживаться нелюбовь к немцам, которых «умственно» русский человек готов уважать.

VII. Вера:

Роль веры для русского человека огромна. Об этом говорит Н. В. Гоголь. Об этом же говорит и Ф. М. Достоевский. Для русских в православии заключены все идеалы, «вся правда и истина жизни». Русский народ не знает ничего выше христианства, не может представить себя «без Христа». При этом в русском христианстве нет мистицизма, «в нем одно человеколюбие». Русские люди любят свои святыни лишь потому, что они «в самом деле святы». И святыни эти «не из полезности их стоят», потому что русские не станут отстаивать святыни, в которые перестанут верить сами.

VIII. Русские женщины:

Ф. М. Достоевский пишет: «Возрождение русской женщины в последние двадцать лет оказалось несомненным». В период, когда русская земля «потеряла силу держать на себе людей», русская женщина выступает в роли последней надежды. Женщина – это залог «нашего» обновления. Она ис-

крenne, бескорыстно и самоотверженно готова послужить России «в самую роковую минуту». Во времена, когда мужчины в России поддались разврату стяжательства, цинизма, материализма, русские женщины, не в пример им, жаждут учувствовать в общем деле, приносить пользу, служить идее. Но многие из русских женщин не знают, как воплотить свои стремления в жизнь. Они очень зависимы от «мужских идей» и хотят, чтобы кто-нибудь указал им путь («спрашивают они: что делать?»).

IX. Язык и литература:

Для Н. В. Гоголя русский язык – это язык добродетелей, путь к свету. Ф. М. Достоевский придерживается такого же мнения, но он очень обеспокоен происходящим упадком русского языка. Из-за моды на французский русские «высших классов» родной язык «узнают почти что в школе». Они оторваны от живого языка, а значит, оторваны и от народа. При этом русская литература, создаваемая людьми, которые трепетно относятся к родному языку, «преклонилась перед правдой народной», признала «идеалы народные за действительно прекрасные».

X. Русское предназначение:

Ф. М. Достоевского волнует, какими путями будет двигаться Россия в будущем. Писатель уверен, что предназначение русского народа – это «общеслужение» «всечеловечеству». Россия должна выступить в роли нравственного идеала для всего мира. Идея русского народа в «его служении Христу». И первоочередная задача России – «единение всего славянства», чтобы их (славян) «воссоздать и поставить в надлежащее отношение к Европе и человечеству».

XI. Русские и русские:

Пропасть, существовавшая между высшим классом и простым народом, опасно увеличивается. Вина за эту разобщённость прежде всего лежит на высшем классе. Народ не безнадёжен, он «не подвержен шатости» в той степени, в которой это присуще русскому «культурному слою». Русские из высших классов давно уже «не рождаются с живым языком», и это только усиливает их оторванность от народа. При этом именно простой народ выказывает себя с «более здоровой, точной и ясной стороны», чем многие из интеллигенции.

Занимая схожие морально-нравственные позиции, Ф. М. Достоевский и Н. В. Гоголь расходятся в самом видении проблемы русского человека.

Оба автора говорят о противоречивости, «мучительной двойственности» русского народа. Так же единогласно писатели отводят огромную роль вере – именно она является родоначальницей всего светлого, что есть в наших людях.

Но при этом Гоголь заостряет свое внимание на прошлом, на «вечных темах», в то время как Достоевский концентрируется на жизненном потоке, в течении которого участвует он сам.

Говоря о русской душе, Николай Васильевич старается показать идеал, к которому следует стремиться. Достоевский же пытается разобраться как-то душа у окружающих его людей, какие особенности – хорошие ли, плохие ли – присущи этой душе.

Гоголь рассматривает многогранность русских чувств, старается показать их полный диапазон, а Достоевский, в свою очередь, обеспокоенно констатирует, что люди его времени тоскуют от материальной грязи и тьмы.

Николай Васильевич восхищается величием русского языка, а Федора Михайловича тревожит наметившийся его упадок, из-за моды на иностранные языки.

Гоголь почти не говорит о том, какими нас видит Европа, какие чувства она испытывает к русским людям. В свою очередь, Достоевский подчеркивает возросшее к концу восемнадцатого века напряжение в мире. Растет враждебность по отношению к русскому народу. Немецкая пресса уверяет, что русские хотят «захватить Восток и славян». Мир на пороге глобальных перемен.

В своих произведениях второй половины девятнадцатого века Ф. М. Достоевский обращает внимание читателей на то, что пришла пора не только говорить о «вечных темах» и идеалах, но и обеспокоиться ближайшим будущим, внимательнее присмотреться к окружающим людям, попытаться понять их суть и то, почему эта суть стала именно такой – русский человек должен постичь сам себя.

г. Воронеж

Примечания

1. Достоевский Ф. М. Полн. собр. соч.: В 30 т. / Ф. М. Достоевский. – Л., 1972–1990. – Т. 20–27.
2. Гоголь Н. В. Полн. собр. соч.: В 14 т. / Н. В. Гоголь. – Л., 1952. – Т. V.





О. Мухин

Язык советских плакатов как средство обогащения современной наружной рекламы

Аннотация: в статье приводятся выводы по исследованию вербальной части советских плакатов времени «оттепели», «застоя» и современной наружной рекламы. Даны рекомендации по обогащению современной наружной рекламы за счет вербального опыта советских плакатов.

Ключевые слова: социальный плакат, торговый плакат, морфологические, синтаксические, изобразительно-выразительные средства языка, наружная реклама, эпоха «оттепели», «застоя», современности.

Изменения, которые произошли со страной в 90-е годы, сказались и на языке современной рекламы. За ее многообразием во многом были забыты достижения агитационных материалов, и прежде всего плакатов советского периода. Фактически советские социальные и торговые плакаты являлись прообразом сегодняшней наружной рекламы. Технический рывок стал причиной изменений в изобразительной части рекламы. Но причины ухода от опыта вербальной части плакатов советского периода не так очевидны. Тем не менее, во многом именно советские плакаты, в первую очередь социальные, могут послужить материалом для обогащения современной наружной рекламы.

Среди советских плакатов наиболее близки современности и в то же время показательны плакаты эпохи «оттепели» и «застоя». Первая характеризовалась экономическим послевоенным подъемом, вторая – стабильностью после этого подъема. Политическая и экономическая ситуация (как и общественный строй в целом) нашла отражение и в плакатах – в частности, в их вербальной части.

Нами было проведено исследование морфологических, синтаксических и стилистических средств языка в заголовочных текстах рекламных плакатов эпохи «оттепели», «застоя», а также проанализирована по тем же характеристикам современная наружная реклама. Эмпирической базой исследования послужили заголовочные тексты 120 плакатов трех исторических эпох – по 20 социальных и коммерческих плакатов в каждую эпоху. В основу исследования положены классификации рекламных заголовков Х. Кафтанджиева и К. Ивановой.

Исследовались морфологические, синтаксические параметры вербальной части плакатов, а так-

же использование изобразительно-выразительных средств языка.

Исследование показало, что в социальной рекламе времени «оттепели» примерно в одинаковом соотношении представлены глаголы в изъявительном наклонении и инфинитивы в значении повелительного наклонения (*Соберём с целины богатый урожай!*, 1954 г. – 20 %), случаи опущения глаголов повелительного наклонения (*За работу, товарищи!*, 1962 г. – 22 %), прямое использование глаголов повелительного наклонения (*Развивайте свиноводство!*, 1955 г. – 20 %). В общей сложности в социальной рекламе периода «оттепели» мы находим более 60 % предложений, имеющих целью высказывания побуждение к действию.

Присутствует модель *что – это что* (в 20 % случаев), где подлежащее и сказуемое выражено существительными в именительном падеже (*Ночь – работе не помеха!*, 1956 г.). Безглагольных конструкций в социальной рекламе периода «оттепели» обнаружено не было. Остальные рекламные заголовки представлены предложениями с личными глаголами в качестве сказуемого (*Коль забыли, где границы, мы поможем приземлиться!*, 1954 г.), а также с отрицательным словом «нет» (*Нет на свете краше птицы, чем свиная колбаса! Развивайте свиноводство!*, 1955 г.).

Что касается торговой рекламы этого периода, то здесь преимущественно используются номинативы, которые выполняют роль «этикеток» и только обозначают товар (основную смысловую нагрузку несёт изображение (30 %)) (*Фруктовый квас – 1959 г., Головные уборы осенне-зимнего ассортимента – 1954 г.*). Чуть реже (25 %) используются глаголы в повелительном наклонении, выполняющие задачу призыва воспринимающего купить тот или иной товар или воспользоваться услугой (*Покупайте свежемороженные овощи – 1954 г.; Покупайте одеколон «Курортный» – 1962 г.*). Уместным будет предположить, что в торговой рекламе призыв был менее необходим по причине отсутствия конкуренции между товарами. Глаголы изъявительного наклонения использовались в 25 % случаев (*Хорошо и быстро очищает от пыли ковры, одежду, мебель, стены и полы – 1954 г.; Сохраняет силы, экономит время – 1954 г.*). Проявляет себя тенденция либо назвать/показать товар в торговой рекламе (в этом случае используются номинативные предложения), либо призвать к его покупке (повелительное наклонение).

В социальных плакатах периода «застоя» более частым (по сравнению с социальными плакатами «оттепели») становится употребление глаголов в изъявительном наклонении (35 %) (*Много шансов*

Об авторе: Мухин О. В. Студент факультета журналистики Воронежского государственного университета. Научный руководитель – к.ф.н., доц. Бебчук Е. М.

есть у этой бочки разнести жонглёра на кусочки – 1979 г.; Охраняет землю свято от безумных планов НАТО – 1978 г.). Значительно реже используется форма повелительного наклонения (15 %): Так пойдём же смело вперёд по пути, ведущему к коммунизму! – 1981 г.; Крепи союз серпа и молота! – 1976 г.).

Несколько более часто (чем в социальных плакатах эпохи «оттепели») встречается модель что – это что с опущенным глаголом-связкой (25%) (Страна Советов – знаменосец мира! – 1977 г.; Варшавский договор – союз во имя мира – 1979 г.).

В торговой рекламе этого периода также заметны значительные изменения по сравнению с предыдущим. Перестают использоваться глаголы в изъявительном наклонении (0 %), при этом резко возрастает доля безглагольных конструкций (номинативных предложений) (60 %): Подогреватель детского питания – 1970 г.; Сельдь тихоокеанская солёная – 1965 г.). Растёт и доля глаголов в повелительном наклонении (40 %): Покупайте модельную обувь на облегчённой пористой подошве – 1974 г.; Пользуйтесь услугами такси – 1975 г.). Появляется возможность выбора товара, пусть и из ограниченного числа и одного и того же производителя, реклама становится несколько более агрессивной и призывной.

В социальной наружной рекламе современного периода чаще всего используются глаголы повелительного наклонения (33 % от всех случаев употребления глаголов в 20 примерах): Сколько можно? Сбавь скорость! 2010 г., Заплати налоги и ходи прямо – 2008 г.). Также встречается использование глаголов изъявительного наклонения в значении повелительного (4 %) и пропуск подобных глаголов: Пропуска коррупционера – тюрьма! Вернем страну народу! – 1999 г.; За свежий воздух без табачного дыма! – 2010 г. Присутствует модель что – это что (15 %): Калашников – выбор миллионов! Голосуй за Калашникова! – 2004 г.; Быть здоровым – это здорово! 2009 г. Встречаются и безглагольные конструкции (номинативы): Союз России и Белоруссии – 2002 г.; КПРФ. Проверенные рецепты борьбы с коррупцией – 1998 г. 25 % глаголов – глаголы изъявительного наклонения (21 %), а также инфинитив (4 %): Хороший директор без пенсии не оставит! – 2011 г.; Ругаться матом – быть приматом – 2013 г.

В то же время в современной торговой наружной рекламе преобладают номинативы (46 %), что можно объяснить ставкой на изображение как на основной источник информации для воспринимающего. (Обувь финская, итальянская, испанская – 2005 г.; Стильные смартфоны для тех, кто ведёт в игре – 2013 г.). Значительно реже используются формы изъявительного наклонения (Майонез «Бесель» заботится о Вашем сердце – 2008 г.; Ипотека стала легче – 2013 г. – 27 %) и повелительного наклонения (Выбирайте спорт HI-класса! – 2011 г.; Купи квартиру и получи бейсболку! – 2012 г. – 12 %).

В социальных плакатах времени «оттепели» зачастую можно встретить местоимения, в первую очередь личные и притяжательные (35 %), призванные усилить причастность воспринимающего (Коль забыли, где границы, мы поможем приземлиться! – 1954 г.);

Работники лёгкой промышленности и торговли! Ваши лучшие показатели – довольные покупатели! – 1955 г.). В условиях советской действительности личные и притяжательные местоимения (как и часто встречающиеся обращения) должны были не подчеркнуть индивидуальность читателя, а, напротив – заставить его почувствовать себя участником общего дела. При этом даже в рекламе товаров делается акцент не на индивидуальные черты, а на принадлежность к массе. Однако в торговых плакатах «оттепели» местоимения не встречаются – призыв к воспринимающему достигается за счет глаголов повелительного наклонения.

В социальных плакатах времени «застоя» местоимения встречаются редко – в 15 % случаев (Мы дружим и созидаем, и в космосе мир утверждаем! – 1975 г.; Я знаю – город будет! – 1976 г.). В торговых плакатах «застоя», как и в торговых плакатах «оттепели», местоимения не встречаются.

В современных плакатах наблюдается противоположная картина: перестают употребляться личные местоимения в социальных плакатах (направленных на неопределённую аудиторию), однако появляются в торговой рекламе (10 %). При этом теперь они призваны подчеркивать не коллективность, а индивидуальность (Одежда для разного тебя – 2013 г.; Майонез «Бесель» заботится о Вашем сердце – 2008 г.). На усиление причастности воспринимающего работают в большей степени обращения и повелительное наклонение глагола.

Что касается степеней сравнения, то в социальных и торговых плакатах «оттепели» и «застоя» они практически не используются, нечастое использование их и в современной наружной рекламе (4 %): Ипотека стала легче – 2013 г.

С точки зрения синтаксиса в социальных плакатах времени «оттепели» наиболее часто используются повествовательные (46 %) предложения: Коль забыли, где границы, мы поможем приземлиться! – 1954 г.; Партия сказала: надо, комсомол ответил: есть! – 1963 г.), а также побудительные (50 %): Да здравствует вечная, нерушимая дружба и сотрудничество между советским и кубинским народами! – 1963 г.; Соберём с целины богатый урожай! – 1954 г.). Нечасто встречающиеся вопросительные предложения (4 %): Мы выполнили норму. А вы? – 1954 г. выполняют функции побудительных (вопрос призывает к совершению какого-либо действия). Стоит отметить, что такой односторонний тип коммуникации был вполне достаточен для того исторического периода.

Впрочем, в торговых плакатах доля побудительных предложений снижается (до 30 %): Покупайте свежесмороженные овощи – 1954 г.; Покупайте одеколон «Курортный» – 1962 г.).

Схожая картина наблюдается и в период «застоя»: доля побудительных предложений составляет 45 % в социальных плакатах: Свободу народу Чили! – 1976 г.; За Европу без ядерного оружия! – 1977 г. и 35 % в торговых: Покупайте модельную обувь на облегчённой пористой подошве – 1974 г.; Пользуйтесь услугами такси – 1975 г.). Что касается современного периода, то доля

побудительных предложений ниже. В социальных плакатах доля побудительных предложений составляет 32 % (*Не пей! Козленочком станешь!* – 2003 г.; *Сколько можно? Сбавь скорость!* – 2010 г. *Заплати налоги и ходи прямо* – 2008 г.), в торговых – 18 % (*Приходите* – 2012 г.; *Выбирайте спорт HI-класса!* – 2011 г.). Это можно объяснить опасностью отторжения агрессивной рекламы: побудительные предложения начинают замещаться повествовательными.

Сложные предложения используются достаточно редко, так как простые подразумевают большую динамику и определённость. В случаях же, когда сложные предложения всё же употребляются, они чаще всего носят характер бессоюзных (которые не снижают динамику) или придаточных условия, которые в советских плакатах апеллируют к совести и патриотическим чувствам воспринимающего. Сложные предложения встречаются в 17 % социальных плакатов периода «оттепели» (*Коль забыли, где границы, мы поможем приземлиться!* – 1954 г.; *Партия сказала: надо, комсомол ответил: есть!* – 1963 г.) и в 21 % торговой наружной рекламы современности (*Рюкзак, который не подведет* – 2012 г.; *Стильные смартфоны для тех, кто ведет в игре* – 2013 г.). Примечательно, что среди односоставных предложений подавляющая часть – номинативные, употребление которых зачастую гораздо более распространено, чем употребление двусоставных предложений. Они призваны работать на изображение, подчеркивать определенные характеристики товара, выделять его свойства. Периодически встречающиеся определенно-личные предложения, как правило, побудительного характера. Достаточно часто употребляются эллиптические предложения в социальных плакатах оттепели (30 %): *За работу, товарищи!*; *На поля, на стройки!*. Эллиптичность придаёт плакату большую динамичность.

Подавляющее большинство (85 %) текстов плакатов периодов «оттепели», «застоя» и современности состоят из коротких предложений – динамичных, призывных и легко запоминающихся. Недостаток же информации (если он появляется) компенсирует визуальная часть плаката. В среднем же длина текстовой части как социального, так и торгового плаката рассматриваемых периодов колеблется от 2 до 6 слов.

При изучении текстовой заголовочной части плакатов времён «оттепели», «застоя» и «современности» мы сталкиваемся с достаточно редким присутствием выразительных средств языка в торговых плакатах и большим количеством выразительных средств в плакатах социальных. Однако плакаты современного периода демонстрируют противоположную тенденцию.

Наиболее часто в социальных плакатах времени «оттепели» используется риторическое восклицание (95 % случаев): *За брак расплата – твоя зарплата!* – 1956 г.; *Спартакиада народов СССР – смотри сил и мастерства!* – 1955 г.). В социальных плакатах «застоя» их доля снижается до 65 % (*Мы дружим и создаем, и в космосе мир утверждаем!* – 1975 г.; *Подвиги смелых*

ждут! – 1964 г.), а в современной социальной наружной рекламе – до 40 % (*Не пей! Козленочком станешь!* – 2003 г.; *Сколько можно? Сбавь скорость!* – 2010 г.). При этом в торговых плакатах риторическое восклицание встречается значительно реже (10 % в эпоху «оттепели» (*Гибридные семена – залог высоких урожаев кукурузы!* – 1955 г.; *Накопил и машину купил!* – 1956 г.) и 30 % в современной рекламе (*Выбирайте спорт HI-класса!* – 2011 г.; *Полу с названием ламинат даже Васяка будет рад!* – 2012 г.), а в рассмотренных торговых плакатах «застоя» этой фигуры не было обнаружено вообще.

Достаточно часто используются метафоры (*Голосуйте за дальнейший расцвет наших городов и сёл!* – 1957 г.; *Много шансов есть у этой бочки разнести жонглёра на куточке* – 1979 г.). Также среди наиболее часто встречающихся изобразительно-выразительных средств – эпитеты (*Да здравствует вечная, нерушимая дружба!*) и инверсия (*Если тебе комсомолец имя – имя крепи делами своими!* – 1977 г.). Метафоричность и рифма в целом свойственны языку плаката. Что касается эпитетов, то их можно наблюдать как в социальных, так и в торговых плакатах (это же относится и к рифме), где они подчёркивают положительные качества товара. В современных плакатах часто встречается ирония (зачастую выраженная совместно с изображением) (*Купи квартиру и получи бейсболку!*), которую сложно представить себе в плакатах советского периода.

Реже встречаются метонимия (*Спартакиада народов СССР – смотри сил и мастерства!*), параллелизм (*Партия сказала: надо, комсомол ответил: есть!*), аллюзия (*Пусть всегда будет солнце!* – 1961 г.; *Не пей! Козленочком станешь!*) и сегментированные конструкции (парцелляция, именной темы) (*Электрополотёр. Сохраняет силы, экономит время* – 1954 г.; *Мы выполнили норму. А вы?* – 1954 г.). Последние используются как в социальных, так и в торговых плакатах: название товара привлекает внимание, а о его преимуществах рассказывают следующие предложения. Также в ряде случаев используется создание патетики (*Да здравствует марксизм-ленинизм!* – 1975 г.; *Да здравствует вечная, нерушимая дружба и сотрудничество между советским и кубинским народами!*), риторический вопрос (*Мы выполнили норму. А вы?*), синекдоха (*Крепи союз серпа и молота!*).

В целом в текстовой части плакатов времени «застоя», «оттепели» и современности можно выделить следующие особенности.

Призыв к действию превалирует над простым информированием воспринимающего, особенно в социальных плакатах.

В торговых плакатах советского периода акцент делается не на преимущества данного товара перед другими, а на его наличие или высокое качество. В торговых плакатах современности наблюдается обратная картина.

Тексты советских плакатов строятся в основном либо по модели «повелительное наклонение + задача/товар», либо по модели примера (3-е лицо изъявительного наклонения глагола), либо по модели номинативного предложения.

На основании проанализированного материала можно дать следующие рекомендации для создания плакатов и наружной рекламы в современный период.

В современной рекламе уместно использовать советский опыт по употреблению глаголов в изъявительном наклонении в значении повелительного. С одной стороны, элемент давления на аудиторию и возможность отторжения ей рекламы снизится, с другой – задача воздействия будет решена.

Для решения тех же задач уместно также более широко использовать вопросительные предложения – как в социальной, так и в торговой рекламе. При этом особое внимание нужно уделить невозможности трактовки вопроса в иной, не предполагаемой автором плоскости.

Использование простых предложений себя оправдывает, при этом нужно стремиться сводить к минимуму длину предложения, широко используя в то же время изобразительно-выразительные средства.

Уместно расширить использование личных местоимений либо определенно-личных предло-

жений для создания ощущения причастности аудитории.

Следует более широко использовать ряд выразительных средств, в том числе инверсию, иронию, метонимию, которые не приведут к увеличению длины предложения и в то же время будут работать на привлечение внимания и запоминаемость.

г. Воронеж

Литература:

1. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы / Х. Кафтанджиев. – М.: Смысл, 1995. – 73 с.
2. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. – СПб. – Питер. – 2-е изд. – 2006. – 540 с.





А. Акопов

Общество потребления и общество спектакля в «Бойцовском клубе» Чака Паланика

Аннотация: В статье рассматриваются идейно-тематические составляющие романа Чака Паланика «Бойцовский клуб»: общество потребления и проблема гендерной идентичности, вопросы личной и социальной свободы и диктатуры консьюмеризма в современном мире, а также взгляды автора романа на возможное разрешение данных проблем. Статья в значительной степени опирается на понятия общества потребления и общества спектакля, принадлежащие Ж. Бодрийяру и Ги Э. Дебору, и описывает проблемы восприятия, отношений и идентичности их членов, взаимосвязь культа потребления и кризиса идентичности.

Ключевые слова: гендер, идентичность, индивидуализм, консьюмеризм, общество потребления, общество спектакля, постмодернизм, тоталитаризм.

Во введении к изданию романа «Бойцовский клуб» 2004 года Чак Паланик объясняет, что во время написания романа на полках книжных магазинов можно было найти множество книг, посвященных описанию различных социальных моделей, в которых женщины могли бы найти единение и обрести силу и поддержку – в них описывались определенные формы общения и возможные увлечения, которые бы позволили бы женщинам сблизиться с другими людьми и найти друзей. Однако, как отмечает Паланик, в то же время нигде не было подобной литературы для мужчин – и именно это положение вещей он захотел исправить «Бойцовским клубом».

Безусловно, проблема мужской идентичности – одна из центральных тем этого романа, хотя и далеко не единственная. Гендерный вопрос, кризис мужественности здесь включен в проблему идентичности вообще (пожалуй, центральную проблему постмодернизма), а она передается, в свою очередь, через проблему общества потребления – и все это написано «языком насилия». Как пишет Генри Жиру: «Посыл здесь совершенно соответствует циничной политике фильма – насилие есть основной язык, референт и положение дел, через которое следует воспринимать все события

Об авторе: Акопов Антон Самвелович, аспирант кафедры русского языка, Южный федеральный университет.

человеческой жизни, и это невозможно предотвратить» [5]. Одним из источников вдохновения для Паланика послужил случай из его жизни: отправившись в поход, он ввязался в конфликт, закончившийся дракой, в результате чего был вынужден появиться на работе с видимыми следами побоев на лице. К его удивлению, коллеги Паланика старались не задавать вопросов по поводу происшедшего, и его впечатлило их нежелание знать что-либо о его личной жизни. Подобная сцена потом возникает в «Бойцовском клубе» постоянно: и сам рассказчик, и прочие «космические обезьянки» (как называются члены бойцовских клубов) постоянно появляются на публике со значительными травмами (эти непроходящие синяки и кровоподтеки становятся в итоге их отличительным признаком), однако почти никто из окружающих не проявляет к этому факту какого-либо интереса.

Именно с этого всеобщего равнодушия и начинается «Бойцовский клуб». Оно сквозит всюду: в отношениях рассказчика с коллегами, в самой его безжалостной работе, где он вынужден цинично применять математическую формулу, чтобы вычислить, стоит ли его компании тратить деньги на улучшение безопасности их автомобилей, или же просто заплатить родственникам очередной жертвы; равнодушен и врач, отказывающийся выдать рассказчику снотворное, несмотря на жалобы последнего на длительную бессонницу. Ссылаясь на Зигмунта Баумана, Генри Жиру говорит о том, что тоталитаризм больше не пытается вытравить индивидуальность – напротив, угроза демократическому обществу состоит именно в развитии неприязни ко всему социальному и публичному [5]. Иначе говоря, общество движется по пути развития эгоизма. Общество – это лишь поле для коммерческой деятельности, а главной же мотивацией является стремление к личной выгоде. Граждане общества потребления глубоко эгоцентричны.

Это хорошо прослеживается в описании рассказчиком его жилья: кондоминиум, в котором он и его соседи живут, представляет из себя ни что иное, как набор отдельных замкнутых секций, надежно отделенных друг от друга – настолько надежно, что даже взрыв в квартире рассказчика, с которого начинаются первые серьезные изменения

в его жизни, практически не затрагивает соседние квартиры. И, когда он впервые видит место взрыва, рассказчик в первую очередь испытывает не сожаление или ужас, а стыд – стыд за то, что остатки его личных вещей и старательно собираемых наборов из IKEA теперь лежат на асфальте у всех на виду: такая публичность в современном обществе неприятна и непонятна окружающим.

Описание квартиры рассказчика – первое яркое проявление темы потребления и борьбы с ним. Совершенно ясно, что, не имея никаких других объектов веры, поклонения и целей, рассказчик живет в своих вещах. Они «определяют его как человека», их он «любит» – по его же словам. Позже в романе звучит предостережение: «И вот ты стал пленником своего уютного гнездышка, и вещи, хозяином которых ты некогда был, становятся твоими хозяевами». Рассказчик описывает, как покупки только порождают стремление к новым покупкам – всё потому, что каждый предмет предлагается не отдельно, а как часть коллекции. И границы этих коллекций могут расширяться, убеждая таким образом потенциального клиента в том, что ему совершенно необходимо докупить еще товаров, чтобы иметь полный комплект. Здесь мы имеем дело с описываемым Бодрийяром феноменом представления любого товара как части коллекции: значимость имеют не отдельные предметы, а их сочетание друг с другом [1]. Здесь же мы можем наблюдать и проявление спектакля по Дебору: расширение понятия «выживания», создание производителем товаров искусственных «лишений», которые потребитель вынужден стремиться удовлетворить, чтобы символ его счастья снова стал полным и гармоничным [2]. Ключевой момент здесь – полная идентификация потребителя с объектами потребления («Это был я сам», – говорит рассказчик детективу, расследующему взрыв его квартиры, – «Это меня хотели взорвать»), а потому «лишения», вызывают немедленное желание их компенсировать, в то время как производитель продолжает создавать все новые и новые «лишения», чтобы потребитель всегда был близок к своей цели – гармонии, которая по идее должна быть достигнута за счет получения полной коллекции – но на практике не мог ее достичь.

Начав посещать группы поддержки, рассказчик в некотором роде устанавливает связь с другими людьми, но в действительности не выходит из состояния эгоистичной замкнутости. Не зря его присутствие там основано на лжи, не зря он никогда ничего не рассказывает о себе. Тем не менее именно там происходят первые шаги борьбы с властью общества потребления: рассказчик пытается начать жить по-настоящему. А самый простой способ ощутить жизнь – это оказаться поближе к смерти. Позже Марла Сингер объясняет это, рассказывая, что до групп поддержки, ради получения таких переживаний, она работала в похоронном бюро – но это было гораздо менее эффективно, потому что там она имела дело лишь с пустым ритуалом, а здесь – с настоящими предсмертными

переживаниями. Марла рассказывает о еще одном подобном явлении на другом её месте работы – в центре по отлову бродячих животных: «Все эти звери, все эти песики и кошечки, которых хозяева любили, а потом выбросили на улицу, из кожи вон лезут, чтобы ты обратил на них внимание, потому что через три дня им впрыснут смертельную дозу фенобарбитала натрия, а затем сожгут в крематории для домашних животных». Именно близость смерти позволяет Рассказчику начать смещать фокус своей жажды идентификации со спектакля в лице товара – обилия иллюзорных знаков счастья – на настоящую жизнь в ее самом буквальном смысле.

Весь смысл этой жажды сблизиться со страданиями – желание освободиться от спектакля. Здесь также можно упомянуть Джеймисона и его лингвистическую шизофрению: мир общества потребления – это мир бесконечно следующих друг за другом «настоящих», лишенный темпорального переживания [3]. Именно близость к смерти позволяет вырваться из этого замкнутого круга, поскольку она напоминает и о бренности существования, и о существовании неотвратимо приближающегося будущего. Именно поэтому настоящая борьба со спектаклем и излечение от потребительской апатии начинается с формированием бойцовского клуба. Перед этим рассказчик проходит через своеобразный ритуал полного отказа от собственности, от всего, чем он владел: переезжая в заброшенный дом Тайлера, рассказчик лишен всякой собственности и является фактически никем, поскольку в отсутствие объектов потребления вокруг ассоциировать себя больше не с чем. Этот отказ от всего «мирского» (пусть и, как Рассказчику кажется поначалу, нежеланный и ненамеренный) вызывает некоторые библейские ассоциации: Тайлер здесь становится своеобразными мессией, а рассказчик – апостолом, который, ради возможности следовать за своим учителем, отказывается от всех земных благ. Здесь же видна и аллюзия на буддизм (который позже будет упомянут непосредственно в тексте романа), который также проповедует познание через потерю.

Бойцовские клубы для рассказчика направлены на достижение трех основных целей. Во-первых, они выполняют функцию, которую выполняли группы поддержки: они создают ощущение, которое принято описывать фразой «чувствуешь, что живешь». Боль и насилие делают ощущение жизни особенно реальным из-за близости смерти, но не только поэтому: они также абсолютно истинны – иначе говоря, в бойцовском клубе боль и насилие не являются образами чего бы то ни было, кроме как боли и насилия; они не подразумевают ничего, кроме возможности выместить подавленную мужественность. Общение на языке насилия – это наиболее прямолинейное и откровенное общение, практически свободное от спектакля. Наиболее важно то, что контакт в бойцовском клубе – непосредственный: «Ходить в бойцовский клуб – это со-

всем не то же самое, что смотреть футбол по телевизору. В телевизоре ты видишь толпу незнакомцев, которые молотят друг друга на обратной стороне земного шара. Сигнал передается через спутник с двухминутной задержкой, каждые десять минут матч перебивается то рекламой пива, то заставкой канала». Бодрийяр и Дебор говорят о символичности СМИ, об их подчеркнутой нереальности, образности и односторонности. Бойцовский клуб же дает ощущение реальной сопричастности.

Так мы переходим ко второй функции бойцовских клубов: они борются с царством индивидуализма. Бойцовские клубы (а позже «Проект Разгром») построены на полном устранении индивидуальности и создании ощущения единения, братской близости, чувства причастности к какой-то общей цели. За это, кстати, Паланика обвиняли в намеках на фашизм: члены «Проекта Разгром» подчеркнута лишены индивидуального понимания общей цели Проекта, все они знают лишь свое задание, лишь свою скромную роль в качестве винтика этой машины, смысла и сути которой они не понимают и не желают понимать (потому что первое правило «Проекта Разгром» – не задавать вопросов), и каждый из них доволен этим ощущением бездумного единения. Действительно, здесь есть что-то от слепой приверженности идеям национал-социализма в фашистской Германии, но, на мой взгляд, этот кивок в сторону фашизма (как и некоторые другие – скажем, мыло, сваренное из жира матери Марлы, полученного с помощью липосакции) носит скорее иронический характер. Не исключено, впрочем, что Паланик хочет таким образом подчеркнуть, что состояние гипериндивидуализированного потребительского общества современного Запада с психологической точки зрения не лучше, или даже хуже состояния населения фашистской Германии, которое было объединено какими-то убеждениями.

Наконец, третья, наиболее очевидная задача бойцовских клубов – это борьба с кризисом мужественности, который тоже проистекает из власти товара и является одной из основных характеристик общества потребления. Вытесненный из роли производителя благ, а также практически лишенный возможности выполнять чисто мужскую работу (в традиционном смысле – то есть тяжелую, опасную и уважаемую), мужчина перестал быть «добытчиком» и стал потребителем, в массе своей был превращен в «белых воротничков». Мужчина был феминизирован. Примечательно, что в рамках произведения это относится именно к низкому, обслуживающему классу мужчин, которые воспринимают зажиточный класс как врагов – с одной стороны, потому что именно этот класс является основой корпоративной власти, которая поставила мужчин в такое положение, а с другой стороны, вероятно, потому что зажиточные мужчины не испытывают этого кризиса в той же степени (все-таки, у них есть определенные сферы для борьбы: бизнес позволяет реализовать и инстинкт добывания,

и жажду к власти). В бойцовском клубе, по словам рассказчика, собираются «представители поколения мужчин, воспитанных женщинами», а также люди, которым нечего терять (в отличие от зажиточного класса – им есть что терять). В этом смысле бойцовский клуб дает мужчинам самую очевидную возможность для реализации: собственно, бои. Еще сильнее это выражено в «Проекте Разгром»: он еще дает и ощущение некоей идеологической борьбы за высокую цель.

Надо заметить, что бойцовский клуб не предлагает, при всей своей анархичности, никакой свободы. Скорее наоборот: бойцовский клуб, а в особенности его финальная стадия – «Проект Разгром» – тоталитарная структура. Общество потребления у Паланика изображается как общество, которое сделало людей рабами не из-за ограничения свободы, а из-за отсутствия каких-либо серьезных требований к ним. В этой связи характерна сцена, где Рассказчик выполняет свое «домашнее задание»: берет на мушку продавца в ночном магазине, Раймонда Хесселя, и заставляет его рассказать, чего он на самом деле хочет (быть ветеринаром), а затем приказывает ему начать двигаться к своей цели и обещает вернуться и убить его, если тот продолжит трудиться «на дрянной работенке, зарабатывая себе на кусок сыра и на право пялиться в телевизор». Основная критика общества потребления здесь заключается не столько в том, что мужчина лишен возможности реализоваться как мужчина (и человек в целом), но в том, что большинство этого и не хочет, потому что общество потребления допускает праздность, лень, бездействие.

Здесь уместно процитировать Ги Дебора: «Если на ранней стадии капиталистического накопления “политическая экономия видела в пролетарии лишь рабочего”, который должен был получать необходимый минимум для поддержания своей рабочей силы и ни в коем случае не нуждавшегося в “досуге и человеческом облике», то теперь эта идейная позиция господствующего класса изменилась, т. к. производство товаров достигает такого уровня избыточности, который требует от рабочего соучастия. Этот рабочий, внезапно отмытый от тотального презрения, на что ему недвусмысленно указывают способы организации производственного процесса и контроля, вдруг находит своё «я» вне производства. Он ежедневно обнаруживает, что в сфере потребления с ним обращаются с потрясающей вежливостью, почти как с баринном» [2].

Сомнамбулическое состояние Рассказчика, страдающего от бессонницы и джетлага, в начале романа – метафора такого бессмысленного потребительского существования, похожего на сон, самый эффективный способ пробуждения от которого – насилие.

Фактически, как спасение от индивидуализированного, заполненного досугом, бесцельного существования, бойцовский клуб предлагает «классический» тоталитаризм: где индивидуальное не существует и все объединены общей идеологией

и целью, где каждый в отдельности – ничтожен и ничего из себя не представляет. Процветающий в бойцовских клубах садомазохизм, вся эта культура уничтожения направлена именно на уничтожение эгоистичного, эгоцентричного индивида. Именно поэтому попасть в бойцовский клуб можно только простояв три дня и три ночи на улице: «Именно так проверяли кандидатов в буддийских монастырях на протяжении квадриллионов и билионов лет, объясняет Тайлер». Примерно таким же образом в XI в. происходил отбор хашишинов – фанатиков, бывших, возможно, первым примером настоящего терроризма в истории. Примечательно, что у хашишинов тоже был единый духовный лидер, и что основой их единения тоже была своеобразная культура уничтожения, а также необходимость полного отказа от мирских благ.

Незначительность отдельного индивида в бойцовском клубе ярко выписана в метафоре мыла, создаваемого из человеческого жира: человек – лишь расходный материал, средство достижения цели. Именно поэтому члены «Проекта Разгром» – «космические обезьянки», приносимые в жертву ради успеха проекта (примечательно, что «spare monkey» в английском – также разговорное название популярного у молодежи «наркотика для бедных» – практики самоудушения с целью получения удовольствия при достижении состояния кислородного голодания, что чревато повреждением головного мозга). Именно (и только) в смерти они перестают быть частью «Проекта Разгром»: они снова становятся индивидуальными личностями с собственными именами – как Боб Полсон. Боб в каком-то смысле является двойником рассказчика: сначала он пытается стать мужчиной согласно популярному образу мужчины (становясь культуристом), потом превращается в гротескно феминизированное существо (благодаря гормональному дисбалансу и раку яичек), а потом «лечится» разрушением в «Проекте Разгром» – и там же погибает, в итоге зайдя дальше, чем сам рассказчик.

Реализовать все это «пробуждение», «оживание», «излечение» самостоятельно рассказчик не решает – он выводит на сцену Тайлера. Через него он реализует подавленную мужественность, подавленное желание сопротивляться и бунтовать. Посредством Тайлера он приобретает силу, авторитет, власть и цель. Но, что примечательно, рассказчик так и не становится Тайлером – напротив, он его убивает. Рассказчик отказывается от идей «Проекта Разгром» и отказывается от планов Тайлера, отказывается от уничтожения, насилия и смерти – иначе говоря, от всего, что помогло ему измениться и, возможно, в каком-то смысле его спасло. Финал романа в этом смысле весьма интересен (и, кстати, именно это – один из немногих моментов книги, заметно сюжетно отличающихся от кинопостановки).

Финал более известного широкой публике фильма «Бойцовский клуб» изображает успешный взрыв нескольких крупнейших корпора-

тивных небоскребов: яркий акт протеста, хотя и символический. Рассказчик и Марла наблюдают за этим, взявшись за руки, и рассказчик обещает, что теперь все будет хорошо. В романе же подлинной целью взрыва является вовсе не корпоративный объект (в романе – небоскреб «Паркер-Моррис», самое высокое здание в мире), а Национальный музей (на который небоскреб должен быть обрушен взрывом). Причем, взрыва в итоге не происходит: Тайлер использовал ненадежную взрывчатку, что, вероятно, показывает, что подсознательно рассказчик не был готов к этому последнему шагу – апогею разрушения и к собственной смерти. Но почему именно Национальный музей? Тайлер дает этому довольно скупое объяснение: «Этот мир отныне принадлежит нам, нам и только нам, – говорит Тайлер. – Древние давно в могилах». Цель Тайлера в конечном счете – не борьба с консьюмеризмом, а свобода, заключающаяся сначала в полной потере любых объектов владения – и здесь речь идет в том числе и о прошлом, потому и целью взрыва является музей, а затем – смерть. Именно в этом сюжетном повороте, среди прочего, видна некоторая смещенность в расстановке акцентов в романе и в фильме, хотя они и очень похожи по сюжетному и идейному содержанию.

Рассказчик отрицает разрушительное начало в лице Тайлера и выбирает жизнь (в этом, несмотря ни на что, роман и фильм близки). В итоге он не принимает существование в роли безымянного винтика машины, пусть даже эта машина имеет цель и позволяет реализоваться как мужчине. В конце роман снова обращается к индивидуализму, но на этот раз уже в гуманистическом ключе. Доктор в лечебнице, куда попал рассказчик, разговаривает с ним: «Бог спросил меня: Зачем? Зачем я причинил столько боли? Неужели я не понимаю, что каждый из нас обладает уникальностью и красотой снежинки?» Тем не менее, Рассказчик не принимает такого взгляда: «Мы существуем. Просто существуем, и с нами происходит то, что происходит».

Говоря о тематике своих романов, Паланик в своей работе «Фантастичнее Вымысла» употребляет простую формулировку: «all my books are about a lonely person looking for some way to connect with other people» [4]. В конце концов, насилие – это не единственный способ освобождения, иногда, возможно, можно идентифицировать себя с любовью, с другим человеком – это показывает образ Марлы Сингер. Но это не поможет «уничтожить цивилизацию, чтобы сделать из нее что-нибудь более приличное». «Проект Разгром» не прекратил свое существование, «космические обезьянки» ждут возвращения своего кумира. Борьба за поиск истины, свободу от символов и самоидентификацию продолжается, пока существует наше общество.

г. Ростов-на-Дону

Литература:

1. Бодрийяр Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры. Введение / Жан Бодрийяр. – М. : Республика, 2006.
2. Дебор Ги Эрнст. Общество спектакля. Главы 1, 2 / Эрнст Ги Дебор. – (Электрон. ресурс). – Режим доступа : http://avtonom.org/old/lib/theory/debord/society_of_spectacle.html?q=lib/theory/debord/society_of_spectacle.html
3. Джеймисон Фредрик. Постмодернизм и общество потребления / Фредерик Джеймисон // Логос. – 2000. – № 4. – С. 63-77.
4. Palahniuk, Chuck. Stranger Than Fiction : True Stories. – 2004.
5. Giroux, Henry A. Private Satisfactions and Public Disorders : Fight Club, Patriarchy, and the Politics of Masculine Violence. (Электрон. ресурс) // Henry A. Giroux – Режим доступа : http://www.henryagiroux.com/online_articles/fight_club.htm



«Мы очень мало знаем о реальной экономике отрасли СМИ» Владимир Сунгоркин, «Комсомольская правда»

ИД «Комсомольская правда» – не просто исторический бренд и не только самый крупный издательский дом в стране. Это также испытательный полигон для новых форматов, который помогает понять, как развиваются печатные медиа и какую политику лучше проводить издательским домам. Об этом и многом другом журналу «Новости СМИ» рассказал Владимир СУНГОРКИН, генеральный директор ИД «Комсомольская правда» и главный редактор газеты «Комсомольская правда», лауреат премии «Медиа-Менеджер – 2003».

— **Как печатным медиа преодолеть текущие проблемы: снижение рекламных доходов, разрушение систем подписки и распространения, наступление эпохи диджитал и другие?**

— Конечно, основные рекламные бюджеты по-прежнему получают телевидение и интернет. Но под интернетом в данном случае понимаются не сайты, в том числе медийные, а агрегаторы и справочные информационные системы. Для примера, в Топ-15 ресурсов, которые привлекают наибольшие бюджеты рекламодателей, нет ни одного информационного сайта.

Но мода по-прежнему диктует медиа-менеджерам вкладывать в развитие сайтов «от всей души». Все это еще больше усложняет положение издательских домов. Могут рассказать, как это было у нас на примере «Экспресс-газеты». В свое время ее максимальный тираж достигал одного миллиона экземпляров. Мы создали для нее сайт и выделили для его работы дополнительные специалисты, которые работают над повышением его посещаемости. Сейчас он создает нам дополнительный источник расходов и одновременно с этим фактически убивает тираж газеты.

На мой взгляд, сайты газет в большинстве своем не смогут себя окупить. Не важно, насколько увеличить их посещаемость: до 100 или 150 тысяч человек в день – денег на них все равно не заработать. Не поможет и внедрение платной подписки, так как любого бесплатного контента в сети и так много.

В итоге у меня возникает мысль о том, чтобы закрыть сайт «Экспресс-газеты», сэкономить на зарплате как минимум четырех сотрудников и вновь приучить читателей ее покупать. И это в отношении еженедельной газеты, которую можно продавать хоть месяц. Что уж говорить о ежедневных изданиях, которые назавтра уже не купят.

— **Может быть, другие издательства научились зарабатывать в интернете?**

— На одном из заседаний международной ассоциации главных редакторов выяснилось, что почти никому из издателей сайты не приносят дохо-

да. Более того, даже paywall помог только Financial Times, The Wall Street Journal и The New York Times. Остальные в лучшем случае вернули вложенные в него деньги. Для внедрения нововведения и получения какого-либо эффекта от него, приходится делать сопоставимые расходы. При этом, что бы ты ни делал, основные деньги все равно получают агрегаторы.

Сейчас издателям нужно честно проанализировать, что на самом деле происходит. Но честно-сти не хватает: она часто мешает имиджу. Поэтому правда выясняется, как правило, уже только после смены собственника издания.

Помимо этих проблем на рынок прессы влияет укрепление позиций государственных СМИ, отмирание института подписки, падение тиражей и сокращение числа киосков.

— **Какие шаги должна предпринять отрасль, чтобы выйти из сложившегося положения?**

— В одиночку со сложившейся ситуацией издания ничего не могут сделать. Надо глубоко проанализировать, какие перспективы в России может получить paywall: этим вопросом еще никто не занимался. Нужно понять, какие деньги в реальности циркулируют в отрасли, на какие сектора она разделяется. Нужно на корпоративном уровне заказывать исследования рынка, чтобы понять, как в действительности распределяются доходы его игроков. Мы очень мало знаем о реальной экономике отрасли СМИ. Конечно, у нас есть данные медиа-селлеров и исследовательских компаний. Но дело в том, что они не учитывают скидки. В результате не понятно, что в действительности означают цифры, которые они дают. Зачастую аналитики печатных СМИ возводят в тенденцию как раз исключение из правил. Найденное исключение объявляется правилом, с которым те в итоге пытаются решить проблему целой отрасли.

Но нам нужно идти другим путем. Например, во Франции и США агрегаторов обязали платить деньги СМИ за то, что используют ссылки на их контент. Принятый закон сильно помог именно газетам. Мы готовы содействовать введению подобного закона. Ведь сейчас в России сайты-агрегаторы и поисковики не попадают даже под закон о защите авторских прав...

— **По вашему мнению, кто из издателей делает правильные шаги на рынке?**

— «Издательский дом Шкулева» скупает очень хорошие, сильные городские сайты. Так он создает подушку безопасности, в смысле скупает реальную лояльную аудиторию, что правильно.

— **Но вы же сказали, что сайты не зарабатывают...**

— Не зарабатывают сайты газет, как правило. Он скупает те сайты, у которых есть деньги, хотя бы декларированные. И это не сайты газет, а скажем так: справочно-информационные. Кроме того, он выбирает только действительных лидирующих региональных игроков. Дальше он может делать коробочную технологию и создавать подобные сайты для многих городов. Это все – правильная стратегия.

Неправильная стратегия, когда новому ресурсу дается название, которое ни о чем не говорит читателю. Часто бывает, что проектов у издательского дома множество, и названия у них абсолютно разные. Это мешает создать полноценный бренд, который поможет продвижению компании, а также ее продуктов.

Но самая большая загадка для меня – это закрытие журнала «Итоги». Я считаю, что его можно было бы отдать на аутсорсинг или продать, оставив себе какую-то часть акций. Да, издание приносило убытки, но у него все-таки был хороший коллектив, который стоило сохранить, и главное – своя аудитория.

— **Сейчас многие медиакомпании меняют творческий коллектив. Что происходит с рынком кадров?**

— Я думаю, что профессионалы своего дела не пропадут. Но мне кажется, что главным приютом для них на данном историческом этапе станут государственные структуры.

Сейчас могут зарабатывать только медиа, которые работают в развлекательном сегменте: например, каналы СТС или ТНТ. Но информационно-общественные СМИ больше не представляют из себя бизнес как таковой. Они либо напрямую принадлежат государственным структурам, либо через подконтрольных им частных владельцев. В этом отношении очень жалко тех борцов, которые демонстративно ушли из той же «Ленты.ру», например. В итоге они все равно оказываются в структурах, так или иначе близких государству.

Но если человек – профессионал, то представляет ценность – он себя обязательно где-то найдет. Ведь помимо государственных СМИ усиливаются позиции разнообразных госкомпаний не в медийном секторе, – им требуются сильные кадры по общественным связям, советники, пресс-секретари и так далее. Талантливые люди не пропадут!

— **Какова ваша дальнейшая политика в отношении сайта газеты «Комсомольская правда»?**

— Мы делаем ставку на сайт и добьемся увеличения его доходности. Для этого нам нужно повысить его посещаемость с полутора до трех миллионов реальных пользователей в сутки. Тогда аудитория сайта приравняется к числу зрителей небольшого телеканала, и он принесет нам соответствующий доход. Но над этим нам нужно целенаправленно работать еще полтора года.

— **Вы планируете выпустить бесплатную газету в Москве?**

— Нет, пока таких планов нет. Я думаю, что в столице инфраструктура распространения платной прессы в ближайшие три года сохранится. Но если этого не случится, то, конечно, перейдем на бесплатное распространение. Хотя нам бы этого не хотелось, потому что в столице цена на газету выше. Мы распространяем здесь около 150 тысяч платных экземпляров ежедневной газеты «Комсомольская правда» и около 300 тысяч экземпляров ее еженедельного издания. Это дает нам хорошие деньги.

Но в целом я склоняюсь к тому, чтобы сделать ее распространение в регионах бесплатным. Наши исследования показали, что это выгодно: нет расходов на логистику, не нужно собирать деньги с торговых точек, уговаривать рекламодателя дать рекламу на аудиторию, которая ему не интересна, а сделать распространение сразу на нужные рекламодателю сегменты, и многое другое.

— **Вы развиваете собственные радиостанцию и телеканал. Каких аудиторных показателей они достигли?**

— В Москве ежедневная аудитория Радио «Комсомольская правда» достигает 140 тысяч слушателей, и примерно столько же в регионах. Ее общий объем составляет до 300 тысяч человек в день. Канал смотрит 1 млн 60 тысяч зрителей в сутки – такие данные нам предоставляет TNS Россия. При этом технический охват канала достигает 30 млн человек.

— **На телевидении рекламу продаете самостоятельно?**

— Да, но ее мало. Телевидение – тяжело монетизируемый проект.

— **Вы не пытались войти в пул нишевых каналов крупных сейлз-хаусов?**

— Те проекты, которые ведутся ими в отношении нишевых каналов, созданы специально для них. Как правило, им достаточно собственных каналов. Мы же остаемся для них конкурентами, пусть и небольшими.

Аудитория телеканала «Комсомольская правда» растет быстро, но не превышает 1,5 млн человек в день. Для того чтобы наладить качественные рекламные продажи, этого недостаточно. Рекламодатель требует от канала аудиторию не менее 2-3 млн человек в день.

— **Сколько человек работает в издательском доме?**

— В главном здании – около 700 сотрудников. А всего порядка 3 000 человек.

— **Проводите ли вы сокращения?**

— Да, они были, есть и будут: борьба за уменьшение издержек вечная. На сокращение персонала есть объективные причины. В первую очередь под него попадают те, кто перестал хорошо работать. Кроме того, со временем для выполнения некоторых задач требуется меньшее количество человек. Но массовых увольнений, конечно, нет.

**— Как вокруг вас появляются новые люди?
По какому принципу вы выбираете руководителей основных направлений?**

— Среди новых людей только Павел Буров. Мой первый зам, бывший ранее гендиректором в АиФе. Он хорошо работает, разбирается в нашем бизнесе. Александр Чепель — очень сильный менеджер, которого я направил поднимать радиостанцию и телеканал: это наши инвестпроекты. Но он давно работает в КП. Как и Владислав Гемст, который перерос должность директора по рекламе и теперь из-

дает «Советский спорт», «Телепрограмму» и «Экспресс-газету».

<http://www.planetasm.ru/blogi/comments/31536.html>





Т. Лебедева **Медиалингвистика: вчера, сегодня, завтра**

Первое апреля. Яркий солнечный день. Автобус Воронеж-Белгород быстро мчит по шоссе, больше обычного простаивая на остановках: пассажиров мало, а график соблюдать надо. Зеленеют поля. Маленькие городки вдоль трассы принарядились к Пасхе. После красиво раскиданной по холмам Корочи в автобус вошёл интеллигентного вида милиционер. Внимательно посмотрел на каждого пассажира, пожелал доброго пути и вышел. Почувствовалась близость границы – раньше такого не было. Но вскоре заблестели на горизонте многочисленные золотые купола. Белгород!

Международные научно-практические конференции, ежегодно проходящие в Белгородском государственном университете, завоевывают всё большую популярность у преподавателей журналистики и филологии, практикующих журналистов, писателей, пиарщиков. Нынче заявки на участие поступили из Москвы, Санкт-Петербурга, Барнаула, Вологды, Воронежа, Казани, Краснодар, Омска, Орла, Пензы, Перми, Ростова-на-Дону, Самары, Саранска, Твери, Томска, Уфы, Якутска, итальянского города Бергамо и шести городов Украины. Приехать удалось не всем, но все пришедшие доклады (90!) были опубликованы в двух томах весьма солидного издания. Конференция называлась «Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования». В рамках конференции прошёл научный семинар «Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом». Проблем, действительно, хватает.

Новые листики на древе лингвистики

«Как листья ежегодно сменяются на деревьях, так и слова, прожив свой век, уступают место вновь нарождающимся»,¹ – писал Гораций. Новых лингвистических понятий за последние годы, действительно, появилось очень много, ни один словарь не успел ещё их истолковать, даже глоссарии в конце журналистских учебников с этим не справляются. Кажется, совсем недавно начали привыкать к понятиям: *интертекстуальность, медиадискурс, ме-*

диакоцепт, медиацентричность, – а уже масса новых: *интенциональность, инфографика, лингвопраксиологическая доминанта, мобилография, троллинг*. Вот одна из тем: «Спиндокторинговая реализация «принципа каузальной последовательности» ментальных репрезентаций в структуре фреймовой конфигурации». Разве не пора составлять словарь лингвистических терминов? Разумеется, в докладах каждый новый термин подробно разъяснялся, перед каждым участником конференции выводились на мониторы объяснения, схемы, таблицы, сопровождающие выступления, но вопросы то и дело звучали:

– Чем отличается медиасфера от медиаландшафта?

– Что такое «социальные топикаки»?

Последний термин был вынесен заведующим кафедрой иностранных языков Орловского института искусств и культуры А. Г. Пастуховым в заглавие доклада, и ему пришлось начать с объяснения: «Существующее определение **топика** (от греч. *topika*, *topos* = место)...исторически связано с риторическим изложением какой-либо темы, систематическим соединением общих суждений, которые использовались в диспутах, речах и «должны были способствовать выбору целесообразных доводов». Поскольку современная коммуникация, со структурно-функциональной точки зрения, – проектируемый и управляемый процесс, набор единиц речи и их признаков в принципе предсказуем, ожидаем. «Подобные ожидаемые субъекты речи и их признаки формируют медиатопики». Короче говоря, топик – предмет речи в медиатексте. Наиболее значимыми для общества и обсуждаемыми в наши дни в медиадискурсе топиками А. Г. Пастухов считает следующие: «Внутренняя политика», «Внешняя политика», «Происшествия», «Экономика», «Медиафигура», «Общество».

В своём весьма обстоятельном докладе А.Г.Пастухов неоднократно ссылался на труды коллег, в частности, профессора кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения МГУ Т. Г. Добросклонской. Татьяна Георгиевна также была участницей конференции, её доклад «Массмедийный дискурс: теория и методы изучения» обсуждался, пожалуй, наиболее заинтересованно. Выделив три основных подхода к определению дискурса – структурный, функциональный и тематический, – она охарактеризовала их задачи в создании объёмного представления об их дея-

Об авторе: Лебедева Татьяна Васильевна, доктор филологических наук, профессор кафедры телевизионной и радиожурналистики факультета журналистики Воронежского государственного университета.

тельности в сфере масс медиа, поскольку каждый из них «охватывает не только вербальное сообщение плюс медиаканал, но и все факторы, связанные с особенностями создания медиасообщения, его получателя, обратной связи, культурообусловленных способов кодирования и декодирования, социально-исторического и политико-идеологического контекста»⁴.

Разговор о медиадискурсах продолжил ведущий кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью БелГУ Е. А. Кожемякин. В докладе «Современные медиадискурсы: специфика и проблема когерентности» он обозначил отличия журналистского дискурса от рекламного и PR-дискурсов и сделал вывод: «Современное общество впервые за свою историю выработало стандарты и создало условия для ведения максимально свободного общественного диалога, и актуальной задачей сегодня является сохранить этот уровень свободы и при этом способствовать развитию дискурсивной компетенции коммуникантов, позволяющей им самостоятельно и свободно ориентироваться в темах, повестках дня, «определениях» ситуации»⁵.

О пиаровских влияниях на современную журналистику говорил в докладе «Гибридизация журналистики и пиара» доктор филологических наук, декан факультета журналистики БелГУ А. П. Короченский. По его мнению, пиаровские влияния на журналистику стали в наши дни в России и за рубежом настолько привычным и даже рутинным явлением, что от внимания медийных профессионалов и исследователей ускользнула происходящая трансформация журналистской практики в иное качество»⁶. Автор называет получившийся гибрид **пиарналистикой** и подчёркивает, что её появление «вызывает целый ряд последствий, отражающихся на способности журналистики выполнять свои когнитивные задачи, которые заключаются в оперативном познании быстрой текущей социальной действительности и немедленной передаче аудитории результатов этого познания, «упакованных» в журналистские тексты»⁷.

Доктор филологии, профессор БелГУ А. В. Полонский в докладе «Массмедийность как категория дискурса и текста» определил и проанализировал ключевые принципы информационно-коммуникативной практики масс-медиа: «принцип целостности, принцип актуальности (принцип текущего социального контекста), принцип социальной рефлексии, принцип интертекстуальности, принцип адресованности, принцип продвижения, принцип технологичности»⁸. Автор считает, что благодаря новым технологиям масс-медиа обрели новые коммуникационные инфраструктуры, которые изменили классический тип взаимодействия адресата с сообщением, предоставив аудитории возможность мгновенного отклика на сообщение. «Более того, новые масс-медиа обеспечили условия для качественно нового коммуникативного опыта: они «открыли» широкой социальной аудитории межличностный диалог»⁹.

О диалоге с аудиторией шла речь и в докладе профессора кафедры стилистики журфака МГУ И. В. Анненковой «Элита» и «лжеэлита» как системные понятия медиациентричной культуры». Ирина Васильевна говорила о том, что у нас «формируется и уже сформировалась политическая система **«виртуальной**

демократии», которую можно уверенно именовать **«медиа-демократией»**¹⁰. Однако у этой армии нет возможности уйти от массивных атак СМИ: выключив кнопку телевизора или радио, выйдя из Интернета, человек «всё равно останется в пространстве растяжек, билбордов, листовок. Более того, он остаётся в привычном пространстве круга общения с теми людьми, которые не выключали кнопку телевизора или радио, не выходили из Интернета и не откладывали в сторону газету. Таким образом, сегодня СМИ формально выполняют очень важную функцию поддержания единства общества в плоскости «низшие» – «высшие», или «элита» – «массы». Конечно, во многом это единство лишь иллюзия, но именно СМИ активно эту иллюзию формируют и поддерживают, делая её составной частью медиакарты мира»¹¹. По мнению автора, элита занимает в обществе привилегированное положение, но общество требует от неё безусловной верности национальному интересу. «Идея элиты – это служение... Зачастую такое служение было непубличным, что поддерживалось не только другим типом распространения информации, но и осознанной позицией непубличности («непоказного образа жизни») большего числа представителей истинной элиты. Та часть общества, которая претендует на звание «элиты», не может считаться таковой, если она не соответствует заданным требованиям. Любая замкнутость и необновляемость, независимость как безответственность, национальная безыдейность, идеология несоблюдения национальных интересов – всё это признаки уже не «элиты» в старом смысле слова, а «лжеэлиты», или «квазиэлиты»¹².

Доклад доктора филологии Э. Г. Шестаковой привлек внимание аудитории уже своим необычным названием: «Смерть автора и публичный интеллект – две парадигмальные фигуры современного медиатекста». Автор доказывает, что в этой сфере произошла своеобразная культурная революция, в результате которой «текст массовой коммуникации перестал быть «пасынком» и даже маргиналом общего словесно-культурного пространства и процесса, заняв в них одно из лидирующих положений»¹³. Но если в прошлом веке при анализе как литературно-художественного, так и медиатекста исследовались автор, стиль, жанр, композиция, речь, то сейчас картина другая: «И если для художественной литературы всё же могут возникнуть вопросы, сопряжённые с непреодолимостью личности автора, его индивидуальной роли в создании и реализации текста, в истолковании его смысла, то для современного медиатекста проблема состоит в качественно ином. Автор как бы априори оказывается несущественной и даже зачастую излишней составляющей для большинства медиатекстов, изначально и целенаправленно растворённых в стихии Языка, Речи и Письма, работающих исключительно с ними»¹⁴. Другое дело – публичный интеллект – убедительный оратор, авторитет в своей стране, «который использует силу, возможности и перспективы масс-медиа и во влиянии на словесно-культурный процесс, и на современную ему социальную коммуникацию, её модели, ориентиры, стандарты вкуса»¹⁵.

Автор этого доклада Элеонора Георгиевна Шестакова приехала на конференцию из Донецка. Как уже говорилось, заявки на участие поступили из ше-

сти городов Украины, планировалось 20 докладов специалистов из Киева, Днепропетровска, Донецка, Запорожья, Луганска, Харькова. Приехали только дончане. Интересный доклад представила Елена Васина, юный магистр журналистики из донецкой компании «Альком». Она призвала коллег обратить внимание на языковые игры в СМИ, поскольку это, по её мнению, «целостные и внутренне сложные, объёмные, многослойные и многовекторные системы коммуникации, построенные и развивающиеся по определённым правилам»¹⁶. Формированию новых языковых игр, тесно связанных с массмедийностью, способствует расширение возможностей мобильных устройств связи, в частности, возможность быстро создавать и отправлять фотоизображения. Автор называет этот процесс мобилографией. Она считает, что «поведение реципиентов в сети, их способы самореализации, в том числе и с помощью мобилографии, происходят по уже сформировавшимся, но активно развивающимся сценариям. Важно исследовать новые речевые жанры, которые возникли в социальных сетях как новом коммуникативном пространстве, в их динамике и с учётом широкого, постоянно меняющегося контекста. Использование теории языковых игр, которые характеризуются принципиальной дискурсивностью и коммуникативностью, помогает комплексно рассмотреть речевые игры интернета»¹⁷.

Рукопожатие по скайпу

Благодаря Интернету в конференции удалось поучаствовать и тем, кто не мог вырваться через кордон, воздвигнутый правыми силами на Украине, в их числе – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языкознания и коммуникативных технологий Луганского национального университета Лара Николаевна Синельникова, организатор ежегодных научно-практических конференций – интереснейших, запоминающихся, с непременно посещением мемориального музея Владимира Даля, с возложением цветов к его памятникам. Любовь к великому исследователю русского языка ученики Лары Николаевны разнесли по всей Украине. Музей Даля издал сборник стихов о нём, написанных ребятами из маленьких городков и сёл:

– Учитель говорил о Дале – / Затихли умник, непоседа.../ Мы многого о нём не знали – / Тем интереснее беседа (Станислав Мовчан из Лисичанска).

– Спасибо Дания, далёкая земля.../ На пирсе лёгкая русалочка застыла.../ Не только Андерсена миру ты дала – / Росии Даля подарила (Анастасия Тараник из города Попасная).

Борьба с хулиателями русского языка, стремящимися запретить его, на почти полностью русскоязычной Луганщине велась не год и не два. Конференция 2008 года называлась «Русский язык как фактор развития духовности в современной Украине». Мне довелось там вести секцию «Литературно-художественное творчество в контексте истории и культуры». Из 29 докладов два посвящались современной украинской поэзии. В остальных говорилось о вкладе элиты российского общества в культуру Украины.

Ларе Николаевне слово предоставили одной из первых. На вопрос: «Почему не приехала?», – она ответила коротко: «Не смогла». Очевидно, что, если бы и «смогла», не выпустили бы: доклад назывался: «Дискурс реагирования в контексте информационной войны». И вот мы видим её на экране – непривычно строгую, не улыбку, поправила волосы – рука дрожит, тут же убрала руку – пульсирует жилка на виске. Она говорит о том, что в активной фазе политического противоборства, в которой находится сейчас Украина, «дискурс консолидации» и «дискурс разобщения» интегрируются в некий общий конгломерат «дискурса реагирования», и эта взрывоопасная интеграция фиксируется в несовместимой однородности коммуникаций. «Час икс» в политике – время, когда сообщающиеся сосуды «власть – оппозиция» перестают действовать с оглядкой на нормативные предписания, в результате чего (воспользуемся понятиями из характеристики сообщающихся сосудов в физике) «разность уровней» пребывания в информационном пространстве увеличивает «напор», сносящий перегородки в виде журналистской этики, политкорректности»¹⁸.

Автор доклада говорит о том, что информационная война приспособливает систему аргументов к тезисам, доминирующим в идеологии противоборствующих сторон: они тенденциозно отбирают события, их очевидцев, с выгодой для себя, произвольно называют цифры. Выгодные аргументы на ТВ поддерживаются и технически: выбором кадров, их повторами, субъективной фокусировкой. «Холодной войной в горячем дискурсе» называет Л. Н. Синельникова информационную войну на Украине и определяет её характер как «время икс», время революции, переворота, «точки невозврата» и других возможных характеристик, «каждая из которых также является носителем признаков информационной войны»¹⁹.

Как же можно учить и учиться в такой обстановке? На этот вопрос ответил в своём докладе по скайпу доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики Киевского национального университета культуры и искусств Александр Михайлович Холод. Его доклад назывался «Дистанционное обучение в условиях протестных акций». Профессор Холод рассказал, что при первых столкновениях власти и народа на Майдане под милицейские дубинки и сапоги попали студенты. На следующий день их стали активно арестовывать. «Студенчество Киева и Украины горячо поддержало возмущение арестами. Социальная проблема переросла в политическую, митингующие стали требовать отставки президента и правительства Украины, досрочные перевыборы Верховной Рады Украины...Ректоры крупных вузов Киева...выступили на стороне студентов и поддержали их требования. По Украине прокатилась волна Евромайданов. Многие студенты в максималистском порыве вышли на свои митинги Евромайданы. Страна окунулась в правовой нигилизм (по отношению к ныне действующей власти). Студенты перестали ходить на занятия»²⁰.

Чтобы избежать негативных последствий, вузы вынуждены были принять адекватные для сло-

жившейся ситуации меры, в том числе – переход на дистанционную форму обучения. Традиционные методики этой формы, а также некоторые инновационные (сетевые технологии, чат-занятия, веб-форумы, телеконференции) использовались и ранее, однако *новинкой* в дистанционном обучении стала технология телеприсутствия. При составлении методик дистанционной системы обучения авторы обращались к практике многих стран, оказывавшихся в подобной ситуации, в том числе и таких территориально далёких, как Шотландия или Таиланд. Кроме разработки системы заданий и обсуждения их со студентами преподаватели проделали огромную работу по изучению отношения студентов к происходящему в стране, их умению общаться на расстоянии, готовить качественные материалы.

Участники конференции задали далёким докладчикам массу вопросов, больше всего их было об отношении нынешних властей Украины к русскому языку. Александр Михайлович Холод ответил, что все «запретители» до недавнего времени обращались к слушателям исключительно по-русски, да и сейчас многих украинских слов не знают и переходят на суржик. То же замечаем и у студентов, даже у иностранных. Борьба за чистоту языка (любого!) в такой обстановке трудно, но надо. Все согласилось. Часом позже от профессора Холода пришло сообщение: «Нашёл у себя в фейсбуке многочисленные слова поддержки. Спасибо за то, что слушали, и понимали, и принимали. Я тоже был объективен».

Стоит обратить внимание на то, что украинская тема была представлена на конференции довольно широко и не только приехавшими с Украины. Например, уже упоминавшийся доктор филологии А. Г. Пастухов из Орла в докладе о социальных топиках привёл примеры освещения разными газетами ситуации на Украине:

«Тема дня»: Крым зажил спокойной жизнью под властью автоматчиков неизвестной принадлежности (4 марта 2014 года).

«Коммерсантъ»: В Крыму снимают маски (4 марта 2014 года).

«Комсомольская правда»: Ах, Одесса! Антимайдан у моря (4 марта 2014 года).

Тему освещения национальных вопросов СМИ Крыма подробно проанализировала доцент Запорожского национального университета А. А. Полякова. Оказывается, в Крыму было немало изданий, которые вместо того, чтобы распространять толерантность, порождали и углубляли этническую вражду, выступая против восстановления школ с родными языками крымчан, против «исламизации» татарского населения. В качестве положительного примера автор приводит такие издания, как «Крымская газета», «Голос Крыма», «Крымская светлица», которые «публиковали аналитические и исследовательские статьи, которые не только не заостряли, а наоборот развевали стереотипы относительно отдельных наций. Именно они в хаотичную дискуссию по национальному вопросу внесли беспристрастие

языка документов, толерантность и отсутствие привычной для Крыма эмоциональности, научность и бесспорные факты, взвешенные социологические данные»²¹

Впрочем, конечно, далеко не все доклады об украинских СМИ касались сегодняшнего дня. Говорилось о культуре языка, о жанрах публицистики, научной популяризации и художественной критике. Вот некоторые из тем: «Современная театральная публицистика постсоветской Украины как воплощение художественно-эстетической практики постмодернизма», «Письма из хутора» Пантелеймона Кулиша – выдающаяся памятка украинской публицистики», «Публицистическое наследие Наталены Королёвой: жанрово-тематическая палитра очерков», «Проблемы научной популяризации в украинском медиапространстве», «Журналист как бренд во всеукраинском издании «День».

Однако время показало, что свидетельства далёкого прошлого, давно ставшего историей, вдруг оживают. Заведующий кафедрой кино- и телеискусства Института журналистики Киевского национального университета, профессор Сергей Иванович Горевалов подготовил доклад на тему «Фотожурналистика и фотолетопись Второй мировой войны (к 70-летию великой Победы)». В обширном исследовании – многие десятки имён фотожурналистов, правдиво рассказавших о той войне. Думали ли герои, что доживут до того часа, когда на родине их назовут оккупантами, их георгиевские ленточки – колорадскими жуками, а их светлый праздник запретят, и бандитствующие «западенцы», внуки прислужников гестапо, будут заживо сжигать своих земляков – внуков героев Великой Отечественной? А внуки наших союзников в той войне их поддержат...

2. Воронеж

Примечания:

1. Борохов Э. Энциклопедия афоризмов (Мысль в слове) / Э. Борохов. – М.: АСТ, 1999. – С. 510.
2. Пастухов А. Г. Темы и социальные топика в медиадискурсе / А. Г. Пастухов // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. – Белгород: БелГУ, 2014. – С. 97.
3. Там же. – С. 95.
4. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс: теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская // Там же. – С. 50.
5. Кожемякин Е. А. Современные медиадискурсы: специфика и проблематика когерентности / Е. А. Кожемякин // Там же. – С. 62.
6. Короченский А. П. Гибридизация журналистики и пиара (пиарналистика): признаки и когнитивные эффекты / А. П. Короченский // Там же. – С. 63.
7. Там же.
8. Полонский А. В. Массмедийность как категория дискурса и текста / А. В. Короченский // Там же. – С. 113.
9. Там же. – С. 120.
10. Анненкова И. В. «элита» и «лжеэлита» как системные монотипы медиациентричной культуры / И. В. Анненкова // Там же. – С. 13.

11. Там же.
12. Там же. – С. 14.
13. Шестакова Э. Г. Смерть автора и публичный интеллект – две парадигмальные фигуры современного медиатекста / Э. Г. Шестакова // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. – Белгород : БелГУ, 2014. – С. 35.
14. Там же. – С. 37.
15. Там же. – С. 40-41.
16. Васина Е. В. Мобилография как фактор трансформации системы речевых жанров / Е. В. Васина // Там же. – С. 103.
17. Там же. – С. 108.
18. Синельникова Л. Н. Дискурс реагирования в контексте информационной войны / Л. Н. Синельникова // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. – Белгород : БелГУ, 2014. – С. 139.
19. Там же. – С. 145.
20. Холод А. В. Дистанционное обучение в условиях протестных акций / А. В. Холод // Там же. – С. 146.
21. Полякова А. А. Национальные вопросы: опыт крымских СМИ / А. А. Полякова // Там же. – С. 125.



Период Теодора Рузвельта в истории PR

Американские исследователи публик рилейшнз, говоря о Теодоре Рузвельте, отмечают особое качество медиа-присутствия первого лица государства в форме новейших для того времени PR-коммуникаций, что позволят говорить о значимости этого периода. Вместе с тем в известной классификации С. Катлипа, А. Сентера и Г. Брума отдельно выделяется только эпоха Франклина Рузвельта. Аргументируя возможность обособления периода Т. Рузвельта особо отметим действия двадцать шестого президента США в направлении медиа рилейшнз. Так, один из ведущих американских репортеров начала XX века, Д. Барри вспоминал, что Т. Рузвельт «прекрасно осознавал ценность и потенциальное влияние даже небольшой заметки, написанной в выгодном для него ключе и распространенной по соответствующим каналам информации»¹. В различных исследованиях указывается, что именно при Т. Рузвельте журналисты впервые получили беспрепятственный допуск в Белый дом. Таким образом «началось умелое управление новостями со стороны властей <...> если прежние президенты в большинстве своем избегали представителей прессы, а некоторые даже откровенно побаивались, то Теодор Рузвельт первым из них придал взаимоотношениям Белого дома с прессой стабильный и организованный характер»². Активно внедряя технологии медиа рилейшнз, президент Т. Рузвельт не только правил страной «через первые полосы газет», но и искусно управлял своим имиджем. Записывались не только политические решения, но и каждый шаг президента. В терминологии начала века деятельность, способная быть рассмотренная в категориях PR, пока еще называлась «паблисити» или «реклама»³ и вызвала неоднозначное понимание современников, отпускавших порой весьма едкие замечания на этот счет. Так М. Твен в своей «Автобиографии» в характерном стиле описывал многочисленные акции Т. Рузвельта, направленные на его позиционирование в печати. В частности, М. Твен язвительно отмечал: «Он отправил государственного секретаря Тафта в предвыборное турне вокруг света. Опять реклама. Он отправляет флот Соединенных Штатов в Сан-Франциско через Магелланов пролив – все напоказ, все для рекламы <...> экскурсия наделает много шума, а мистру Рузвельту только того и надо <...>. Снизойдем до мелочей: президент собирается совершить еще одно рекламное турне: через две-три недели он намерен обозреть реку Миссисипи <...>. Он готов принять участие в любом, изобретенном первым встречным фантастическом плане разграбления государственного казначейства, при условии, что сможет использовать его для рекламы <...>. Поездка президента предпринята с целью совер-

шить еще одну растрату государственных средств, и этот проект принесет ему успех – успех и рекламе»⁴ и т. д. и т. п. Несмотря на критические замечания многих современников, непреложным остается факт, что именно посредством печатных СМИ кропотливо и ненавязчиво создавался и позитивный имидж двадцать шестого президента США, возникали и поныне непревзойденные шедевры блестящего позиционирования главы государства. В частности, с именем Т. Рузвельта связано особое достижение в области печатных PR, политического имиджмейкинга и коммерческого *кросс-промоушн* – красивая и трогательная легенда, связывающая любимую игрушку детей – плюшевого медвежонка с именем президента США – *Teddy Bear*. 16 ноября 1902 года, в газете «Washington Post» был опубликован рисунок карикатуриста К. Берримана с подписью «Drawing the line in Mississippi» (игра слов, допускающая переводы «Демаркация в Миссисипи» и «Демонстрация в Миссисипи стандартов порядочности»). На рисунке привязанный к дереву грозный медведь превратился в трогательного медвежонка со смешной мордочкой. В результате американцы прониклись трогательной симпатией к медвежонку, перенесла это чувство и на своего президента, решительно отказавшегося участвовать в подобной охоте (впрочем, М. Твен в привычной для себя манере тут же съязвил, объявив, что вместо медведя была корова, а само это событие «отнимет немалую долю славы у двенадцати подвигов Геркулеса»⁵).

Бесспорно, многие деяния Т. Рузвельта и их представление в печати следует оценивать с позиций доминирующей в это время модели PR, которую О. Баскин и К. Аронофф представляют как «Манипуляция»⁶. Так уже упомянутый Д. Барри писал: «Т. Рузвельт умело сочетал популистские лозунги с призывами к социальной справедливости, опираясь на внимание прессы. Именно печать помогла ему приобрести имидж «разрушителя трестов»⁷. Гораздо более резкий М. Твен считал что «посредством системы чрезвычайных тарифов он в интересах нескольких богатей создал множество гигантских корпораций и с помощью ловких аргументов убедил многочисленных и благородных бедняков в том, что эти тарифы введены в их интересах!»⁸. В этом смысле апофеозом PR-периода «Манипуляция» в США следует признать присуждение Т. Рузвельту Нобелевской премии «за миротворчество» (фактически проявленное только на бумаге американских газет) при том, что в действительности он проводил агрессивную внешнюю политику в интересах бурно развивающихся монополий Нового света. Вместе с тем само присуждение в данных обстоятельствах Т. Рузвельту Нобелевской премии «за миротворчество является свидетельством

адекватного уровня технологий репутационного менеджмента.

Следует отметить, критические суждения М. Твена близко соответствовали протесту «разгребателей грязи» (muckrakers) – журналистов (в особенности – журналистов издания «McClure's»), расследовавших скандальные происшествия, связанные со столпами капитализма, коррупцией в правительстве⁹. В современном смысле термин употребил тот же Т. Рузвельт, критикуя журналистов, осаждавших в 1897 г. Департамент полиции Нью-Йорка, который он тогда возглавлял. Это же отмечает и М. Шостак считая, что «заметное в конце 19 – начале 20 века и названное «разгребатели грязи», было ориентировано на сенсационные свидетельства и связано с пронырливостью репортера»¹⁰. Вместе с тем В. Фэйс отмечает, что впоследствии, будучи уже президентом, отстаивающим программу защиты потребителя и развития антимонопольного законодательства, Т. Рузвельт лучше других оценил деятельность «разгребателей грязи»¹¹ – литературного направления в немалой степени поспособствовавшего развитию современных ПР. Здесь уместно напомнить, что важнейшим событием, повлиявшим на становление ПР как социального института становится появление работы одного из видных и деятельных участников движения «разгребателей грязи» И. Тарбелл «История Стандарт Ойл Компани». Впервые опубликованная в начале правления президента Т. Рузвельта в 1902 году в McClure's как серия разоблачительных статей, в конце первого срока президента Т. Рузвельта – в 1904 г. она является уже отдельной книгой¹², состоящей, в основном, из документальных свидетельств бывших сотрудников клана Рокфеллеров, описывающих коррупцию внутри компании и «запрещенные приемы в конкурентной борьбе с небольшими фирмами»¹³. Не жалея черной краски, И. Тарбелл описала Д. Рокфеллера как воплощение величайшего зла в Америке. Подорванный книгой И. Тарбелл имидж владельца «Стандарт Ойл» Дж. Рокфеллера (чем, по мнению М. Твена, также не преминул воспользоваться Т. Рузвельт – ср.: «судья из Чикаго ухитрился оштрафовать компанию «Стандарт Ойл» на двадцать девять миллионов двести сорок тысяч долларов, и президент в восторге от такой грандиозной рекламы»¹⁴) корректирует А. Ли, который, будучи советником Дж. Рокфеллера¹⁵, «сумел превратить его негативный образ в позитивный образ человека, понятного для всех»¹⁶. И вместе с тем именно в период правления Т. Рузвельта А. Ли «первым заложил в основу этой профессии понятие честности, открытости и первым использовал раздачу пресс-релизов в широких масштабах»¹⁷, преобразил в направлении создания публицити, востребованную еще в конце XIX века формулу Дж. Пулитцера «Общественность должна знать все»¹⁸. В связи с этим тезисом Пулитцера уместно сказать и о зарождении во времена правления Т. Рузвельта важной для понимания логики развития ПР концепции «социальной ответственности бизнеса»,

ныне трактуемой как КСО. Американский историк Э. Лейтон-мл. относит ее зарождение к концу XIX – началу XX в., когда она получила «первоначальное распространение <...> в среде американских инженеров, видевших в демонстрации «большого чувства социальной ответственности» путь к повышению социального престижа своей профессии»¹⁹. Добавим, что именно в период правления Т. Рузвельта в наблюдаемом нами диалектическом процессе развития маркетинговых коммуникаций происходит первая метаморфоза – в рамках коммерческих коммуникаций образуются самостоятельные социальные институты рекламы и ПР.

Бесспорно вся совокупность указанных событий, их концентрация вокруг периода правления двадцать шестого президента США, их важность и значение для возникновения социального института публицити диктуют возможность обособления в истории развития американских ПР периода Т. Рузвельта (1901-1909 гг.).

Таким образом:

Президент США Теодор Рузвельт первым придал взаимоотношениям Белого дома с прессой стабильный и организованный характер.

Активно внедряя технологии медиарелейшнз, президент Т. Рузвельт искусно управлял своим имиджем.

Многие деяния Т. Рузвельта и их представление в печати следует оценивать с позиций манипулятивной модели ПР.

Т. Рузвельт первым оценил деятельность «разгребателей грязи» – литературного направления вольно или невольно способствовавшего развитию современных ПР.

Во времена правления Т. Рузвельта возникла важная для понимания логики развития ПР концепция «социальной ответственности бизнеса».

В период правления Т. Рузвельта в наблюдаемом нами диалектическом процессе развития маркетинговых коммуникаций происходит первая метаморфоза – в рамках коммерческих коммуникаций образуются самостоятельные социальные институты рекламы и ПР.

Присуждение Т. Рузвельту Нобелевской премии «за миротворчество является свидетельством адекватного уровня технологий репутационного менеджмента, в частности, и ПР в целом.

Вся совокупность указанных событий, их концентрация вокруг периода правления двадцать шестого президента США, их важность и значение для возникновения социального института публицити диктуют возможность обособления в истории развития американских ПР периода Т. Рузвельта (1901-1909 гг.).

А. Богоявленский
г. Воронеж

Примечания:

1. Барри Д. Цит по: <http://udik.com.ua/books/book-809/chapter-29092/>

2. См. : <http://evartist.narod.ru/text6/o34.htm>
3. Переводчик на русский язык «Автобиографии» М. Твена М. Беккер дает именно такое обозначение.
4. Марк Твен. Собр. соч. в 8 томах. Том 8. Автобиография. Теодор Рузвельт 3 октября 1907 г. – М. : Правда, 1980 – С. 375.
5. Марк Твен. Указ. соч. – С. 396.
6. См. : Baskin Otis W. Public Relations: The Profession and The Practice, second edition / Otis W. Baskin, Craig E. Aronoff. – Wm. C. Brown Publishers, Dubuque, Iowa, 1988. – 483 p.
7. См. : <http://evartist.narod.ru/text6/o34.htm>
8. Марк Твен. Указ. соч. (<http://lib.ru/INPROZ/MARKTWAIN/autobiog.txt>)
9. Даг Ньюсом, Джуди Ван Слайк Терк и Дин Крукеберг сторонники известной версии, указывают, что сам метафорический термин взят из книги Дж. Беньяна «Путь паломника». Особенную роль в создании этого критического направления в литературе сыграли журналисты издания «McClure's». «Штатный сотрудник журнала «McClure's» Линкольн Стивенс (Lincoln Steffens) в своих статьях и книгах говорил о коррупции на муниципальном уровне. Фрэнк Норрис (Frank Norris), корреспондент журнала на Испано-Американской войне, написал романы «Осьминог» (1901) и «Яма» (1903) о положении на железных дорогах и о торговцах пшеницей... В 1906 г. Эптон Синклер изобразил отталкивающую изнанку существования мясоперерабатывающей промышленности в романе «Джунгли». Все эти статьи и книги привели к появлению законов, которые существуют и по сей день». См. : Ньюсом Даг. Все о PR. Теория и практика публик рилейшнз / Даг Ньюсом, Джуди Ван Слайк Терк, Дин Крукеберг. – 7-е изд.: Пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»; ИНФРА-М, 2001. – (Серия «Современные консалтинговые технологии»). – С. 52.
10. Шостак ММ. Репортер: профессионализм и этика / М. М. Шостак. – М. : Издательство им. Сабашниковых, 1999. – С. 6.
11. См. Faith W. R. The American Public Relations Experience: 400 years from Roanoke to Reagan. New York, 1994. (Цит. по Ньюсом Даг. Указ. соч. – С. 51).
12. Tarbell I. M. The history of «STANDARD OIL COMPANY»: The life of Abraham Lincoln, the of Napoleon Bonaparte, and madame Roland : A biographical study / II. with portr., pictures and diagr. – London: William Heineman, [19]. – Vol. 1-2.
13. См. Ньюсом Даг. Указ. соч. – С. 52.
14. Марк Твен. Указ. соч. – (<http://lib.ru/INPROZ/MARKTWAIN/autobiog.txt>)
15. В некоторых источниках ошибочно утверждается, что первоначально А. Ли был взят на работу Джоном Рокфеллером-младшим, чтобы исправить имидж его семьи после печально известной бойни в Ладлоу.
16. Шпаковский В. О. История связей с общественностью. Электронный учебник для дистанционной формы обучения СО / В. О. Шпаковский, С. В. Шпаковская // Пенза : Изд-во ПГУ, 2004. – 73 с. [Электронный ресурс] <http://www.twirpx.com/file/664832/>
17. Там же.
18. См.: W. A. Swanberg, Pulitzer (New York: Scriben's, 1967), pp. 73-122.
19. См. Комаровский В. С., Воглина Н. А. Социальная ответственность бизнеса в условиях современной России: теория и практика: Материалы заседания «круглого стола» – С. 9. (Излагается по: Лахина Алина Петровна. Социальная ответственность в системе управления социально-экономической деятельностью корпораций / Алина Петровна Лахина // Автореферат дисс. ... канд. эк. наук. – М., 2009. – С. 12).



Роль прозвищ в создании художественных образов

В быту некоторые отличительные черты характера, привычки и склонности некоторых людей служат основой для присвоения им прозвищ. В научной литературе и в толковых словарях даются разные определения и толкования прозвищу: «Название, данное человеку в шутку, в насмешку или по какой либо причине» [1].

Прозвище – дополнительное имя, которое используется наряду с основным именем (иногда может быть использовано вместо имени).

Бывают причины присвоения прозвища: оно может быть связано с характером человека, его физиологическими, биологическими и психологическими признаками, а также социальным происхождением.

Нельзя путать прозвища, используемые ежедневно в быту, с литературным псевдонимом определенного писателя или поэта. Литературный псевдоним (от греческого «pseudōnymos» – носящий ложное имя) является вымышленным

секретным именем в художественной литературе. Прозвище – название, данное человеку с учетом отличительной черты его характера, внешности и деятельности. Тюркологи специально исследовали прозвища, считая их в лингвистическом аспекте частью ономастики [2]. А в каракалпакском языковедении они исследованы Ю.Н. Хожалепесовой [3].

В художественной литературе прозвища употребляются в качестве художественного приема для индивидуализации образов описываемых героев и в описании их социального происхождения. Писатель при помощи прозвища может показать характер героя и признаки, присущие его поведению, портрету, привычкам, его психологии. Но многим писателям не хватает опыта в использовании прозвищ героев наряду с их собственными именами, что встречается и в каракалпакской прозе.

В каракалпакской прозе в повести «В старой школе» (Шарипбай калпе) А. Шамуратова, «Один из тысячи» (Ержан сыйпан) М. Дарибаева, в романе

«Дочь рыбака» (Ерназар келте) А. Бегимова, в повести «Спасибо, учитель» (Дуйсен молла) и в романе «Дочь Каракалпака» Т. Каипбергенова наряду с собственными именами героев употребляются и их прозвища. Однако прозвища упомянутых героев не смогли исполнить роль художественного приема в раскрытии образов их владельцев. В своих произведениях писатели употребляли только прозвища отрицательных героев. В реальной жизни прозвища дают людям со странными привычками и склонностями. Писатели тоже, как и в реальной жизни, обычно дают прозвища отрицательным героям. Например, А Шамуратов описывает только отрицательную сторону Шарибая, сына богача, и называет его прозвищем «калпе». Но слово «калпе» не выражает ни одного качества или признака, присущего этому герою. Прозвища героев, использованных в вышеупомянутых произведениях, тоже не выполняют функцию художественного приема в создании образов.

В каракалпакской литературе писатель Ш. Сеитов впервые употребляет прозвище «Менлибай сойлак» в романе «Тропы судьбы». Но и в этом романе прозвище не выполняет функцию художественного приема для создания образа. Этот художественный прием успешно использован в его романе «Халкабад». В тетралогии «Халкабад» большинство героев наряду со своими именами называются прозвищами или только прозвищами: Кунназар аксакал, Алланазар бийбала, Сайымбет судыр, Мадияр дау, Мурат хаккелик, бабка Созанай (Уркыя), Патпа пататиу, Сыдык мола, Избаскан котыр, Толыбай тасманлай, Есберген кабак, Бийбийаша сокыр, Айтгул ак катын, Базарбай кылай, Назарбай катынек, Жанабай дангыр, Сапар жаман ауыз, Ауез канлы, Дауеке мугаллим, Шыраз дийуана, Курбан уста, Жолдас кара, Ораз хожа, Абдулла томпак, Тойман туйтенки, Жуман кал, Алламурат шагал, Якыпбай кыпшак, Ерлеш порхан, Гулзийра уадарник, Амет шайтан (уста), Оразымбет локетек, Аман сары, Реимбай котыр, Абдулла томпак, Ешбай торт коз, Назира сокыр, Ажимурат максум, Нурнияз тапал, Атажан батрак, Толеген солакай, Жуман кал, Отеген шатайяк, Тажен сот, Байнияз иймек, Балтамурат бухгалтер, Турдымурат пакене, Еримбет тайлак, Жолдасбай кызылбет, Мамут шуллик, Курбанбай нанбай, Даулетбай ура, Алламурат шагал Нурдукен шошкашы [4] и т. п.

Эти прозвища выражают одним словом характер, внешность, поведение, дикцию, рост, осанку, манеру поведения, психологические и физиологические черты, профессию, социальное или этническое (родовое) происхождение владельца. Например, прозвища «аксакал» (Кунназар) или «бийбала» (Алланазар) присваивались высокопоставленным лицам, работавшим на должностных работах до советской власти. Из-за того, что всю жизнь служил в качестве аксакала (и после установления советской власти) и за то, что его к его словам прислушивались в округе и уважали, герою романа Кунназару присваивают прозвище «аксакал». Про-

звище «аксакал» в полной мере раскрывает, какое место герой занимал в обществе, и его индивидуальность. Прозвище «Бийбала» тоже использовано не только в связи с должностью, которой владел герой Алланазар, но и с учетом его индивидуальных качеств (лидерство, красноречие). С малых лет Алланазар умел справедливо решать споры, возникшие среди населения. Поэтому в молодости ему дали прозвище «Бийбала» (маленький староста). В романе писателю удалось создать историю этого героя с помощью этого общеизвестного прозвища «Бийбала». [5, 198]. Даже при советской власти люди уважали Алланазар бийбалу за то, что в качестве руководителя он работал честно и справедливо ради народа.

В тетралогии имена некоторых персонажей не упоминаются. Вместо них употребляются только их прозвища. Жену Кудайбергена шундый зовут Урхия, но односельчане зовут ее Созанай шешей. Она была высокого роста и работала не спеша, поэтому ей дали это прозвище. В заключение хотелось бы отметить, что в этом произведении прозвище помогает раскрывать одну из черт характера героев.

Ш. Сеитов прекрасно пользовался этим художественным приемом в романе-тетралогии «Халкабад».

**Ж. Каниязова,
г. Нукус**

ЛИТЕРАТУРА:

1. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М., 1958, т. 3, Стр. 485; Толковый словарь русского языка. // Под. ред. Д. Н. Ушакова. – М., 1939, т. 3, стр. 983; Толковый словарь синонимов. // Под. ред. А. П. Евгеньевой. – М., 1975, стр. 447. Крыжановская С. Г. Баба-Яга или Фантомас. // Этническая ономастика. – М., Наука, 1984, стр. 102. Баскаков Н. А. Материалы по диалектологии (тексты и словарь). М., изд. АН СССР, 1951, стр. 367; Қарақалпақ тилинің түсиндирме сөзлиги (Толковый словарь каракалпакского языка). Т. 4. – Нукус : Каракалпакстан, 1988, стр. 102.
2. Пашаев А. Прозвища в азербайджанском языке // АҚД. – Баку, 1987; Шулунова Л. В. Прозвища в антропонимии бурят. – Улан-Удэ, 1985; Сафаев Р. Документов архива хивинских ханов. // Документы архива хивинских ханов по истории и этнографии каракалпаков. – М.: Наука, 1967; Бегматов Э. Антропонимика узбекского языка. АҚД., Ташкент, 1965;
3. Хожалепесова Ю. Прозвища в системе каракалпакской антропонимии. АҚД. Нукус, 1995.
4. Сеитов Ш. Халкабад. Первый след. 1-книга. – Нукус, Каракалпакстан, 1977; Сеитов Ш. Халкабад. Трудные перевалы. II книга. – Нукус, Каракалпакстан, 1981; Сеитов Ш. Халкабад. Роман-эпопея. – Нукус, Каракалпакстан, 1989.
5. Сеитов Ш. Халкабад. Трудные перевалы. II книга. – Нукус, Каракалпакстан, 1981.



Конфликт или сотрудничество:

к проблеме кыргызско-таджикских культурных взаимосвязей

Проблема изучения взаимосвязей и взаимообогащения культур народов является одной из актуальных проблем современной науки. Её изучение имеет не только научное, но и общественно-политическое значение, так как плодотворное содружество литератур исторически братски живущих республик, взаимодействия творческих людей способствуют укреплению дружбы и взаимопонимания между народами в области культуры и искусства.

Многообразие народов и вариантность их культур есть сокровище человечества. Подобно тому, как в симфоническом оркестре каждый инструмент имеет свой тембр, так и каждый народ одарен особым талантом видеть мир и действовать по-своему, отлично от народа-соседа. Народы дополняют друг друга, и следует не просто иметь терпимость, толерантность к различиям между их культурами. «Возлюбленная непохожесть» – вот что должно быть принципом во взаимных отношениях между цивилизациями [1, с. 88].

Кыргызский и таджикский народы исторически и географически тесно связаны. В местах, где проживали испокон веков, они находили дружелюбные отношения. Не зря у таджикского народа из уст в уста передавались и сохранились до наших времен следующие строки:

Ёр омаду ёр омад,
 Бо чашми хумор омад.
 Аз Ошу Жалолобод
 Киргиз ба канор омад.
 Жар, жар, жар келди,
 Көздөрү кумар келди.
 Ош менен Жалалабаддан
 Бирдиктүү кыргыз келди.
 Яр, яр, яр идет к нам,
 И глаза затуманились.
 Из Оша и Жалалабада
 К нам киргизы явились.

Неизвестно кто и когда посвятил эти нежные, чистосердечные строки кыргызской красавице [2, 146]. Также нам хорошо известно, что кыргызы и таджики с древних времен жили в труде на одной земле, пили воду из одного источника, не только пережили похожие события, но и передавали из поколения в поколение братские чувства.

В статье «Символ великой дружбы» А. Сайфуллаев пишет: «В кыргызской народной песне старинные города таджикского народа Ура-Тюбе и Ходжент восхвалялись как города великих людей». Кыргызский поэт Кубанычбек Маликов приводит возвышенные строки из фольклора своего народа о старинных таджикских городах Ура-Тюбе и Ходжент.

Родство кыргызов и таджиков на протяжении многих веков воспевается в знаменитом эпосе «Манас», а нити наследия исторического, культурного и духовного развития наших народов тесно переплетаются и на Великом Шелковом пути.

В эпосе «Манас» выражено стремление к созданию кыргызского государства и воспеваются гуманизм, единение народов, дружеские связи, ярко отражается идея свободы братских народов, их защиты от внешних врагов, бережного отношения к окружающему миру. Богатырь Манас влюбится и женится на таджикской девушке Санирабийга (Хоннигох – буквально: «Жена хана» – Каныкей). Об этом говорится в эпосе таким образом: «Таджичку древнюю кыргыз / Считает матерью своей» [4, 46].

Мудрая Каныкей является незабываемым образом в эпосе «Манас». Она не только мать, воспитывающая в сыне честность, любовь к родине, но и смелая женщина, готовая идти на жертвы во имя народа. Она труженица, мастерица, излечивает Манаса от смертельных ран. Его сына Семетея растил дед Темир-хан. «Один из воинов Манаса Музбурчак – таджик, они вместе покоряют многие страны, при этом дружба между ними только крепнет» [3, 3].

В кыргызском фольклоре говорится о кыргызах, которые после нашествия жунгаров (калмаков) были вынуждены покинуть родину, бежать в таджикские Гиссар и Куляб. Появилась поговорка «Когда казахи доили березу, кыргызы сбежали в Гиссар», «Казак кайын сааганда, кыргыз Ысарга киргенде» [5, 123]. Отметим и общность черт фольклора.

Изучение и освещение роли периодической печати и художественного перевода в формировании и развитии литературной компаративистики в Таджикистане и Кыргызстане имеет большое значение с точки зрения современности, глобализации и диалога культур. Оно помогает наглядно выявить общее состояние наших литературных взаимосвязей и конкретное их воплощение в реальной практике. Исследование печатных материалов и библиографии художественного перевода позволяет выявить условия, при которых развивалась литература и критика в наших странах в период создания переводов произведений Садриддина Айни и Мирзо Турсунзаде.

Небывалый размах обрели литературные связи таджикского и кыргызского народов в советскую эпоху. Богатство взаимосвязей литератур народов проявляется в отдельных ярких фактах, литературных явлениях, характеризующих разные стороны литературного процесса. Таджикские и кыргызские газеты и журналы часто помещали материалы, отражающие кыргызско-таджикские и таджикско-кыргызские культурные взаимосвязи.

Первые материалы о таджикской литературе в кыргызской печати и затем их регулярное освещение связаны с творчеством Аалы Токомбаева. Зачином для начала этой темы стала статья одно-

го из кыргызских журналистов Мухаммеда Догдурова «Садриддин Айни», посвященная 30-летию литературной деятельности Садриддина Айни [5, 3]. В статье он отмечает, что 25 ноября 1935 года знаменитый писатель Таджикистана С. Айни отмечает 30-летний юбилей творчества. «Садриддин Айни, – пишет М. Догдуров, – является одним из крупных писателей не только Таджикистана, но и всего советского Востока. Плодотворные труды С. Айни имеют огромное значение в развитии и обогащении таджикской литературы».

В газете «Кызыл Кыргызстан» [№261, 1935] была напечатана статья председателя Союза писателей Кыргызстана Аалы Токомбаева. В статье «Айни» он пишет: «Союз писателей Кыргызстана поздравляет Вас с 30-летним юбилеем литературного творчества. Ваша кропотливая, творческая работа служит примером для молодых писателей. Ваши прекрасные произведения читают на всех языках родственных республик. Желаем Вам крепкого здоровья, плодотворных успехов в дальнейшем литературном творчестве». Из этой статьи можно сделать вывод, что в Кыргызстане высоко оценивалось творчество великого писателя Востока, его произведения оказали огромное влияние на литературу народов Средней Азии. У кыргызов особое отношение к творчеству Садриддина Айни. В кыргызской печати были напечатаны 15 статей и рецензий, посвященных его неповторимому и самобытному творчеству и его влиянию на литературы народов Средней Азии.

Итак, самым интенсивным периодом кыргызско-таджикских литературных взаимосвязей явля-

ются 1950–80-е годы. Но в литературной критике они получили недостаточное отражение. В свете обострившихся взаимоотношений людей на кыргызской и таджикской сторонах границы необходимо ориентировать местное население на конструктивный диалог, культурное сотрудничество и здоровую конкуренцию на пути к общественному прогрессу.

А. Камбарова
г. Сулюкта;
В. Сабирова
г. Ош

Литература:

1. Гачев Г. Д. Национальные образы мира. – Москва, 1980. – 188 с.
2. Сайфуллаев А. Символ великой дружбы // Ала-Тоо. – 1980. – №10. – С. 146–152.
3. Токомбаев А. Представители братской республики Таджикистан // Советтик Кыргызстан. – №145. – 1962. – 21 июня. – С. 5.
4. Байджиев М. Сказание о Манасе. – Бишкек, 2010. – 308 с.
5. Иманалиев К., Мукамбаев Д. У памирских-каратегинских кыргызов. – Фрунзе, 1966. – С. 210.
6. Догдуров М. Садриддин Айни // Кызыл Кыргызстан. – 1935. – № 261. – 26 ноября. – С. 3.
7. Токомбаев А. Айни // Кызыл Кыргызстан. – 1935. – № 261. – 26 ноября. – С. 4.



Страницы «Москва кайрыктары» (московские припевы) на сайте «Нур-Москва»

Авторы стихотворных текстов в основном являются трудовыми мигрантами. Большая часть из них проживают в Москве и других населенных пунктах России. Для удобства анализа текстов сборника «Москва кайрыктары» даем их в своем переводе.

В состав СССР как одна из братских союзных республик входила Киргизия. После обретения независимости новое суверенное государство стали именовать «Кыргызстан», несмотря на мнение филологов, что после глухого взрывного звука «к» не употребляется переднеязычный гласный звук нижнего подъема «и». И хотя время от времени политизируется вопрос языка, реалии сегодня таковы, что отдельные издания пишут «киргизский народ», а большинство СМИ употребляют слово «кыргызы», следуя нормам языка титульного этноса страны. Это подтверждает существование в стране демократии, зачастую отдельными социальными группами превращаемой в охлократию. Количество кыр-

гызов в России возрастает, по сведениям некоторых экспертов, сейчас здесь живут и работают около 800 тысяч кыргызов. За последние 5 лет эмигрировало из Кыргызстана 100 тысяч граждан, а 80% из них – это этнические кыргызы [1, 3], Культурная жизнь трудовых мигрантов-кыргызов вылилась в образование только в Москве около 10 культурных центров и более 30 объединений по всем городам России [2, 1]. С 2011 года вышло уже два сборника под названием «Москва кайрыктары (Московские припевы)» [3, 284]. Эти тексты находятся на сайте «Нур-Москва».

В первом сборнике цикла «Москва кайрыктары» (Аруу дүйнө) [4, 152] представлены стихотворения и очерки десятка авторов. Во втором сборнике список авторов увеличился до сорока человек. Подготовил его к изданию основатель поэтического клуба «Москва кайрыктары», главный директор компании «Нур», владелец газеты «Нур Реклама» Багыт Бапанов. Произведем их краткий обзор [5,

11–12]. Среди всех тем, представленных в сборнике «Москва кайрыктары», большое место занимает тема родины, ностальгии, скуки и тоски по родным местам, родным и близким людям. Это стихотворения «Сагыныч» (Скука) К. Каразакова, «Сагындым» (Я скучаю) Ж. Жолдиева, «Көңдүгүм» (Привычное) Ж. Токтобаева, «Отуз-адыр – айылым» (Мое родное село Отуз Адыр) А. Муратова, «Кусалык» (Тоска) Б. Жумабековой, «Ата-Журт» (Отчизна) С. Осмонкулова, «Ата-Журт» (Отчизна) Э. Топчубаева, «Менин мекеним Кыргызстан» (Моя родина Кыргызстан) А. Маматимировой. Каждое из них интересно, по-своему отражает глубину внутреннего мира автора. Тема скуки и тоски по родным местам и близким людям слилась с чувством любви к родине, верности и преданности ее идеалам, пониманием слитности своей собственной жизни с судьбой родины.

Естественно, что тоска по родине связана с темами матери, отца, детей и других близких родственников. Ряд авторов так и назвали свои творения. К примеру, Н. Матаева представила стихотворение «Алтындан кымбат апакем» (Дороже золота мне моя мать), А. Мамажанова – «Апаке» (Мамочка), Ж. Кожакматов – «Апакемдин таягы» (Трость моей мамы), К. Анашев – «Апама» (Моей маме), Турдакун кызы Э. – «Атакемди эскерүү» (Воспоминания о папе), С. Турдукулова – «Апакем» (Моя мамочка), Г. Топоева – «Ата-энеме» (Родителям), Г. Мамедиева – «Эне жүрөгү» (Сердце матери).

Закономерно, что тема любви к родине, родителям и детям также стоит рядом с темой любви к другому человеку. К примеру, Бекболот кызы Ж. назвала свое стихотворение «Бактылуу болгум келет» (Хочу быть счастливой), Т. Ташмурзаев посвятил любимой стихотворение «Кара көз» (Черноглазая), У. Болотов – «Жароокерим неге мынча ыйладың» (Почему так плачешь, любимая). Г. Жумагулова пишет полное грусти послание любимому «Ызалануу» (Скорбь), Д. Кадыр – «Өчпөгөн сүйүү» (Негасимая любовь), З. Музуралиева – «Чексиз сүйүүм» (Безграничная любовь), а Н. Абылкасымова – «Сизге» (Вам). Каждое из них важно как явления художественной словесности.

Традиционными являются также темы вечных ценностей, добра и зла, морали и нравственности, правды и справедливости. Так, Нуржамал Айтбаева в стихотворении «Ыйман ыры» (Песнь о нравственности) вспоминает уроки морали, данные ее отцом:

Атам айткан жебе адам акысын,
Тилек кылсаң балдарыңдын бактысын.
Говорил отец, чтоб людей не обижала,
Чтобы счастье детям всегда просила.

Алибаева Айгул в стихотворении «Тагдыр» (Судьба) рассуждает о тех перипетиях жизни, которые преподносит нам судьба:

Кээде тагдыр мекенинде мээнеттин,
Каарын төгүп, камгак сымал учурса.
Кээде тагдыр мейкининде дөөлөттүн,
Кубаты күч, жарык нурга кабылтат.

Иногда судьба за труд вознаградит,
Порой злит, сырым ветром задувает.
Иногда судьба достоинство вручит,
Крепкой силы светлым лучом греет.

Размышляет о жизни и Сагынбай Кыдыралиев в своем стихотворении «Турмуш кайрыктары» (Мотивы / припевы жизни). Обращаясь не только к своим детям, но и ко всем современникам, он пишет:

Эмнеге биз турмушта кем жардыбыз?
Жооп табалбайм, айтчы, өзүн болуп калыс.
Жүзү жок, ыйманы жок болсок эгер,
Байлыкка белчесинен биз тунмакпыз.

Почему мы в жизни так мало имеем?
Не найду ответа, сказать по правде.
Если были бы мы без стыда и сердца,
Все давно бы в богатстве по пояс были.

Автор призывает людей жить в согласии, единстве, и тогда «враг сдастся и протянет руку». В поисках ответов на вечные вопросы Узакбай Аттокуров в стихотворении «Мезгил» (Время):

Убакыт өтө кымбат, мезгил улук,
Жай өтөт, күз да келет бир аз туруп.
Шашылбачы оо мезгил шаштырбачы,
Чарчагансыйм, баратамбы алым куруп?!

Время очень дорого, эпоха велика,
Лето пройдет, скоро осень придет.
Не спеши, о время, нас не торопи,
Я как будто бы устал, без сил иду?!

Ищет ответы Акылбек Мамадалиев, член Национального Союза писателей КР. В стихотворении «О Боже, Господи» он молит Создателя:

Колдоп мени, кудуреттүү, оо, Кудай,
Көңүлүмө, жүрөгүмө, кон, Кудай.
Ыйман бергин, илим бергин өзүмө,
Ысымыма татыктуу жан болгудай.

Сохрани меня, Всесильный Господи,
В сердце душою ты вселись, о Боже.
Дай мне силы, знаний и терпенья,
Чтобы имя смог я оправдать свое.

Традиционна тема природы: Чынара Нурунбетова «Жазым келчи» (Приди, моя весна) и Турдубаев Акрам «Үмүт менен жазды күтүү» (Ожидание весны с надеждой).

Развивается жанр сатиры: в басне Камалидина Каразакова «Короодогу чогулуш» (Собрание во дворе) показан театр человеческих страстей. Осел сетует на то, что много работал, а лошадь съела корма больше. Коза жалуется на то, что волк задирает козлят, потому что у них нет чабана. Скот обижается на собаку, которая его не охраняет. Петух бьет себя в грудь, козел ругает барана за глупых овец, в озере всем ведают гуси и утки.

Обращаются авторы к теме Москвы: Адашкан Пирматов «Москва кечи» (Московский вечер), Адашкан уулу Жыпар в «Келечектүү Москва» (Будущее Москвы):

Эми көрдүм, өз көзүмө таң кала,
Чынында кооз, жомоктой экен Москва.

Как увидел, дивился, не веря глазам,
И вправду красива сказочно Москва.

Идейная сущность лирики московских кыргызов разнообразна. Они отражают всю палитру жизни трудовых мигрантов, любящих творчество и окружающую их реальность.

В.К. Сабирова,
г. Ош

ЛИТЕРАТУРА:

1. Локтева С. Уникальные обстоятельства / С. Локте-

ва. / Аргументы и факты в Кыргызстане. – М.; Бишкек. – №14. – 2010г. – С. 3.

2. Реалии трудовых мигрантов / Беседовала Жылдыз Сакишева/ 26/10/06 – 17:27– <http://www.pr.kg/old/archive.php?id=11675/>

3. Москва кайрыктары – 2 / Түз. Б. Бапанов. – Бишкек, 2012. – 284 б.

4. Аруу дүйнө. / Түз. Б. Сейитбекова. – Бишкек, 2012. – 152 б.

5. По URL: <http://www.nur-reclama.ru/culture/11-12-moskva-kairyktary.html>



К вопросу о коммуникативной эффективности продвижения туристических маршрутов в российских регионах

Туризм играет важную роль в развитии взаимопонимания между народами и вносит свой вклад в процветание многих стран и регионов. Развитие туризма является крупнейшим генератором валового мирового продукта, способствует занятости населения. На туризм приходится почти десятая часть этих мировых показателей, причем объемы инвестиций в туризм, как и раньше, остаются весьма значительными.

Между тем необходимо отметить падение популярности внутреннего туризма, что во многом связано с возросшей доступностью зарубежных путешествий – высокая конкуренция туроператоров приводит к появлению огромного количества горящих туров, продающихся ниже себестоимости (хотя при этом страдают и туристы, и сами туроператоры). С другой стороны, отдых внутри России для самих россиян становится всё больше не по карману.

Действительно, по мнению экспертов турбизнеса, главная проблема внутреннего туризма – высокие цены на перевозку. При этом развивать туризм надо не из центра, а на местах – только так можно учесть все особенности разных регионов. «На самом деле законодательная база на данный момент вполне удовлетворяет потребностям турбизнеса. Основная проблема не в этом. Дело в том, что очень сложно найти для России универсальное решение для всех регионов», – считает Сергей Ромашкин, гендиректор туроператора «Дельфин». В некоторых регионах для развития туризма не хватает финансирования, в некоторых – отелей, где-то проблемы с персоналом и уровнем сервиса, пояснил эксперт.

Однако вполне можно выделить основную проблему, характерную для всех регионов РФ. «Это

транспортная недоступность, заключающаяся не только и не столько в отсутствии инфраструктуры как таковой, хотя она тоже оставляет желать лучшего, сколько в запредельно высоких ценах на авиа и ж/д билеты», – считает Сергей Ромашкин.

Таким образом, в России туризм развит слабо. Для того чтобы успешно развиваться, туризм должен быть доступным с точки зрения транспорта и совмещен с другими видами туризма: пляжный отдых, шопинг-туризм, событийный туризм и прочее.

Реклама – самый действенный инструмент донесения информации до клиентов, модифицирования их поведения, привлечения внимания к предлагаемым услугам, создания положительного имиджа как отдельного региона, так и страны в целом.

В связи с обозначенной спецификой такой сложный инструмент, как бренд территории, может стать одним из существеннейших ресурсов развития туризма в России. Разработка территориального бренда в основе своей имеет создание внутри территории и отправку во внешнюю среду некоторых сообщений, которые должны быть соответствующим образом приняты, поняты и в определенной степени переработаны получателями для того, чтобы запустить ответные переживания и действия извне.

Имиджевая политика на региональном уровне в нашей стране пока только начинает формироваться. В последние два-три года крупнейшие культурные центры страны, такие как Санкт-Петербург, Владивосток, Новосибирск, Нижний Новгород, Томск, разработали и приняли собственные программы по развитию имиджа. Вслед за ними начали задумываться над имиджевой политикой

и другие российские города и регионы. В МИДе стали регулярно проходить презентации российских регионов для руководителей иностранных дипломатических миссий, работающих в нашей стране.

Но, к сожалению, у нас до сих пор даже на экспертном уровне не изжито представление о том, что имидж страны — это нечто касающееся исключительно государства. Однако в действительности имидж страны складывается из имиджа ее больших и малых городов. И иностранцы, приезжая в Россию, знакомятся прежде всего с ее городами и регионами, и именно на основе этих впечатлений составляют себе представление о России в целом. Поэтому очень важно, чтобы в имиджевой политике России активно участвовало гражданское общество и каждый россиянин осознал: имидж России — общее дело, и каждый из нас — на уровне своего города и региона — тоже вносит собственный вклад в репутацию своего Отечества.

Попытки создания региональных брендов чрезвычайно важны для разработки полноценной коммуникативной стратегии России. Однако жизнеспособность и эффективность любого бренда напрямую зависит от актуальности и продуманности концептуального содержания, качества исполнения и последовательности продвижения. Эксперты считают, что на сегодняшний день по указанным базовым принципам региональные бренды не выдерживают никакой критики. Утвержденные недавно логотипы Алтайского края и Татарстана дополнили печальный список неудач территориального брендинга.

Российские эксперты с тревогой пишут о том, что некачественные и непрофессиональные визуальные коммуникации приобретают массовый характер на региональном уровне. Такая ситуация опасна прежде всего тем, что некачественный территориальный брендинг наносит ущерб имиджу России в целом.

Бренд территории должен формироваться как для внешних, так и для внутренних аудиторий, причем эти два компонента взаимосвязаны: только сформировав позитивный имидж территории для её жителей, можно рассчитывать на успех в продвижении бренда во внешнюю среду.

Социокультурное направление представляет собой нематериальный капитал территории, который используется, в первую очередь, при формировании бренда. В этом направлении можно выделить два основных компонента: 1) Географическое положение территории, рекреационные ресурсы, ландшафт, экологическое состояние окружающей среды – всё это способствует развитию туризма внутри территории; 2) Историко-символический капитал. Исторический капитал наполняет территорию уникальными смыслами и образами. Территория, обладающая богатим прошлым, значительно быстрее поддается брендингованию благодаря актуализации этого исторического наследия в настоящем. Особое значение приобретают не только исторические события, но и мифы, леген-

ды, исторические личности, имеющие отношение к данной территории.

Экономическое направление представляет собой те экономические преимущества, которыми обладает брендируемая территория. В этом направлении также можно выделить два основных компонента: 1. Во-первых, это могут быть благоприятные экономические условия – конкурентные преимущества и производственные ресурсы территории, а также уникальные возможности для ведения экономической деятельности, создаваемые именно на этой территории. 2. Во-вторых, это те выгоды, которые предприниматель может получить в результате использования бренда данной территории. К ним можно отнести не только уникальность, которую приобретают товары и услуги, но и дополнительные инвестиции в развитие нематериальных активов, получаемые за счет бренда территории.

К политическому направлению построения бренда можно отнести те преимущества в сфере политики, которые могли бы способствовать формированию бренда. Одним из важнейших является имидж политического лидера данной территории. Персональный имидж политического лидера состоит из двух частей. 1. Первая связана с его внутренней политикой в законодательной и административной сфере, что представляет наименьший интерес в создании бренда. 2. Ко второму относится внешняя политика, компетентность и позиция лидера в проблемах надрегионального уровня, участие в событиях надрегионального уровня, взаимодействие со значимыми политическими фигурами. Эти события помогают актуализировать территорию в информационном пространстве, что способствует созданию бренда.

Важнейшим конкурентным преимуществом туристической отрасли Российской Федерации является богатое культурно-историческое наследие страны. Поездки с культурно-познавательными целями составляют около 20 процентов внутреннего туристического потока, основные объемы которого приходятся на Центральный и Северо-Западный федеральные округа. Большой потенциал для развития культурно-познавательного туризма есть также в Южном, Приволжском, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах.

Мировой опыт показывает, что культура в виде культурных проектов и сценариев развития может вывести депрессивные территории и города на новый уровень развития.

Выстраивая имидж территории, нужно обратиться к истории, в которой есть много полузабытых выдающихся событий и героев, которыми можно и нужно гордиться. Информация об истории и культуре может использоваться как отправная точка для разработки имиджа территории. Таким образом, важно помнить о том, что современный имидж территории должен выполнять социокультурные функции. Среди важнейших социокультурных функций отметим: создание

целостного впечатления о территории, формирование ее культурного образа; презентация территории с целью создания благоприятного впечатления о ней; развитие социокультурных коммуникаций, акцентирующих связь с историей и культурой; облагораживание территории. Ключевым фактором при проектировании имиджа различных территорий все чаще становятся общие ценности, чувства, идеи: люди хотят почувствовать свою принадлежность к некой общности, ощутить объединительную силу идей.

Эксперты разработали ряд современных критериев оценки имиджевой привлекательности региона, среди которых – имиджевая история региона; индекс цитируемости региона в федеральных и региональных средствах массовой информации; инвестиционная привлекательность региона; исторические аспекты развития региона; присутствие региональных ВИП-персон в федеральном информационном поле; оценка региона со стороны лидеров общественного мнения; туристическая привлекательность региона; международный имидж региона; межрегиональные связи (города-побратимы, экономическое сотрудничество); участие в международных, российских и региональных выставках, ярмарках; индекс появления в Интернет-сфере.

Таким образом, весьма эффективным может быть имиджевый сценарий, направленный на формирование города как современного культурного центра, региональной столицы. Именно программа культурного возрождения российских городов может стать основой ребрендинга, за счет чего организуется и долгосрочный приток капиталов на территорию.

Нужно отметить, что в современном обществе проблема брендинга и ребрендинга городов и территорий является крайне актуальной. Имидж города напрямую влияет на развитие бизнеса, экономики, культуры и, естественно, туризма.

На данный момент одной из самых успешных программ брендинга в России признан брендинг Перми. Каким образом индустриальный город смог встать в один ряд с крупными культурными столицами России? Этот вопрос до сих пор вызывает большую полемику. Так почему же Пермь, несмотря на такую резкую смену имиджа, является одним из лучших примеров территориального брендинга?

Одна из главных причин заключается в том, что Пермь позиционирует себя как модный и актуальный город, а преобразование города строится не на архаических и фольклорных элементах, а на дизайне и современном искусстве.

Другая причина – яркий, простой и запоминающийся логотип – красная буква «П» – просматривается в архитектуре и проектировании города повсеместно. Логотип, как известно, является наиболее значимой частью брендинга, и в случае Перми он подобран весьма успешно.

И третья причина – это создание новых, современных достопримечательностей. Облик города украсили десятки скульптур – произведений современного искусства. Они органично вписываются в городской пейзаж, не переставая при этом обращать на себя внимание.

Таким образом, Пермь смело и ярко заявила о себе. Изменение внешнего облика города, его модернизация и появление новых достопримечательностей справляются со своей главной задачей – создать новый имидж европейского культурного центра.

Е. Смыкова, С. Качалова,
г. Липецк.



О роли социальной рекламы в формировании здорового образа жизни

«Реклама давно уже – не просто слово в торговле. Это слово в политике, слово в общественных отношениях, слово в морали» (1,477).

Развитие института социальной рекламы является одним из важных направлений содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в России, служит достижению задач государства, в том числе по обеспечению здоровья.

В ряде нормативно-правовых актов, целью которых является формирование потребности в здоровом образе жизни (ЗОЖ), его популяризация и сохранение здоровья граждан, социальная реклама

указана в качестве первостепенного инструмента. В большинстве случаев в планировании социальной рекламы ЗОЖ речь идет о самых общих темах (отказ от вредных привычек, призыв к занятиям физкультурой и спортом, здоровому питанию). Однако государство определяет и ее приоритетную специфическую тематику: например, профилактику суицидального поведения среди несовершеннолетних (2).

Признавая важность социальной рекламы, а также учитывая ее некоммерческий характер, государство обеспечивает ее размещение путем квотирования (не менее 5%) площади рекламных

поверхностей и эфира масс медиа. Однако закон до сих пор не исполняется – социальная реклама не превышает 1%. Для того, чтобы обеспечить соблюдение квоты, с 1 июня 2014 г. вводится административная ответственность за неисполнение обязанности трансляции социальной рекламы о вреде потребления табака при демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий или процесса потребления табака (3).

Роль социальной рекламы в формировании ЗОЖ тем выше, чем выше эффект рекламной кампании. Однако, зачастую эффективность соцрекламы ЗОЖ предполагается оценивать не изменением поведения людей, а как количество рекламы. Влияние социальной рекламы будет тем выше, чем мощнее будет рекламная кампания. Представляется, что для правильной оценки воздействия рекламной кампании на целевую группу необходимо оценивать степень вовлеченности общества в проблему и общественное мнение о ней трижды: до начала рекламной кампании, к моменту окончания рекламной кампании (уровень информированности о проблеме) и через значительный промежуток времени после ее завершения (поведенческие и ментальные изменения).

Ясно, что изменения, на которые направлена социальная реклама, существенно растянуты во времени, поскольку социальная реклама – это реклама не конкретного товара, а некоторого «отношения к миру». Оно может проявиться (или не проявиться) только в долгосрочной перспективе. Причем результат заранее неизвестен (4).

Реклама «Адская белочка» не только стала одной из самых популярных социальных реклам России, но и была отмечена за рубежом... как вторая самая странная российская реклама (по версии Buzzfeed(5)). В ролике показан монолог белочки, которая слишком увлекается алкогольными напитками. Персонаж выбран не случайно: «белая горячка», заболевание, провоцируемое алкоголизмом, в простонародье называют «белочкой». Свои права Минздравсоцразвития РФ ни на слоган, ни на персонаж не зарегистрировала, чем воспользовалась компания «Русинвест», зарегистрировала этикетку водки «Белочка». На ней заглавными буквами указано название продукта – «Белочка», изображение зверька, а внизу – слоган «Я пришла!» и информация: «Produced and bottled in Russia, крепость 40%, limited edition, объем 0,5 л». Причем глаза белки, слова «Белочка» и «Я пришла!» светятся в темноте. Первоначально в регистрации товарного знака было отказано (как раз по причине наличия социальной рекламы с похожим персонажем и слоганом), однако «Русинвест» добилась отмены этого решения, настояв на том, что фраза «Белочка: я пришла!» не звучит в рекламе и не должна ассоции-

роваться со слоганом антиалкогольной рекламы «Бухаете? Тогда я иду к вам!».

Тем не менее, эта реклама оказала мощное, но неоднозначное воздействие на общество. Сам ролик, помимо YouTube.ru, размещен на сайтах porzhaty.ru, bugaga.ru, anekdotov.net и воспринимается как шутка, а в сети Интернет до сих пор можно приобрести различную продукцию (футболки, брелоки, ключницы и т. д.) с тем же слоганом «Бухаете? Тогда я иду к вам!» и изображением белки. Очевидно, что чрезмерная креативность создателей «адской белочки» способствовала быстрому массовому распространению ролика, но послужила во вред, а не на пользу основной идее этой рекламной кампании.

Социальная реклама здорового образа жизни популяризирует и закрепляет в сознании индивида положительный пример стиля жизни, стиля поведения – быть здоровым не только полезно, но и модно.

Роль социальной рекламы здорового образа жизни вытекает из целей социальной рекламы и заключается в позитивных изменениях поведения социума или отдельных его групп. Предметом ее влияния является в широком смысле формирование ценностей, направленных на сохранение и поддержание здоровья и привитие привычки вести здоровый образ жизни.

**К. Улезько,
г. Ставрополь**

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ромат Е.В. Реклама: Учебник для вузов / Е.В. Ромат, Д.В. Сендеров. – СПб., 2013. – 477 с.
2. Указ Президента РФ от 01.06.2012 N 761 «О Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012–2017 годы», п. 4. // СПС «КосультантПлюс»
3. Федеральный закон от 21.10.2013 N 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях»; Федеральный закон «О рекламе»; Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»; Письмо ФАС России от 07.11.2013 N АД/44053/13 «О запрете рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей» // СПС «КонсультантПлюс»
4. Аронсон О. О социальной рекламе / О. Аронсон // Журнал «Индекс/Досье на цензуру». №31. 2011//www.idx.org.ru/borders/398arons.html
5. Tomlinson Simon. Allmost makes the ad break worth waiting for: The crazy, creepy, sexist and sinister commercials from Russian TV / Simon Tomlinson // www.dailymail.com.uk/news/article-2223035/ crazy, creepy, sexist and sinister commercials from Russian TV.



Мифологическая организация коммуникативного пространства медийной рекламы

В структуре коммуникативного пространства (КП) современной медийной рекламы можно выделить несколько формообразующих констант. Вслед за Г. Г. Почепцовым, который в своей работе «Коммуникативные технологии двадцатого века» дает общую характеристику этого феномена постиндустриального общества, мы выделяем в структуре рекламного коммуникативного пространства символическую, визуальную, событийную, коммуникативную и мифологическую организации. Кроме того, целесообразным выглядит интегрирование в эту систему еще двух элементов, которые, по нашему мнению, неразрывно связаны с КП медийной рекламы: это маркетинговая и психологическая константы. Каждая из названных составляющих, дополняя друг друга, формирует специфическое рекламное коммуникативное пространство, наделенное особыми маркерами и инструментами.

Важным звеном структуры КП современной медийной рекламы выступает мифологическая составляющая, которая тесно связана с архетипическим. По мысли Г. Г. Почепцова, «мифы выступают в роли банка данных, из которого черпаются все серьезные идеи и цели, <...> а определенный набор сюжетов имеет высокую степень повторяемости, и новый сюжет возникает с опорой на их существование» [5, 14]. Мифологическое начало – основа абсолютного большинства рекламных текстов. Проявляясь на всех уровнях его организации (вербальном, визуальном и акустическом), мифологический элемент КП рекламы способствует многозначности ее форм и видов, а также значительно удлиняет семантическую цепочку смыслов рекламного сообщения. По словам Е. Н. Ежовой, «рекламное мышление мифологично по сути – оно направлено не на отражение реальности, а на ее интерпретацию, переосмысление и конструирование на ее основе новой, абсолютно оптимизированной реальности» [2, 104]. Такой, которая бы полностью отвечала требованиям заказчика, а в идеальном варианте – удовлетворяла и потребности реципиента.

Постмодернист Ж. Бодрийяр подчеркивает, что «мифологический предмет, символизируя собой схему включения ценностного смысла в замкнутый круг заверченного времени, представляет собой дискурс, обращенный уже не к другим, а к себе. В своем довременном состоянии эти баснословные вещи-острова отсылают человека к детству или даже к еще более дальней пренатальной стадии, где чистая субъективность метафорически выражала себя в окружающей «среде», а сама эта «среда» была лишь

безупречным самонаправленным дискурсом человеческого существа» [1, 89]. Таким образом, мифологическая константа становится своего рода субстанциональной формой, образующей новые смыслы в коммуникативном пространстве медийной рекламы.

Правильное использование архетипов и мифологем в медийной рекламе может усилить эффект рекламной коммуникации: повысить популярность рекламируемого товара, убедить потребителя в приобретении предлагаемой услуги, расширить коммуникативное пространство. Как отмечают И. Г. Пендикова и Л. С. Ракитина, архетипы, являясь неотъемлемой частью психики человека, создают новое мифологическое сознание, которое, переосмысливая существующую реальность, формирует новый мир, основываясь на репродукции ранее интерпретированного материала, реализованного в виртуальном, но в то же время действенном и персонифицированном пространстве [4].

Наиболее частотно архетипические знаки, символы и мифотехнологии используются в телевизионной рекламе, которая в эпоху постиндустриального общества стала их основным транслятором. М. Ковриженко, подтверждая этот постулат, приводит результаты мониторинга рекламных текстов, в ходе которого было установлено, что около 84 % всего массива рекламы содержит элементы, апеллирующие к архетипическому содержанию. «Пространство рекламы мифореально, оно обладает свойствами мифологических превращений. В рекламе небо – это божественная лазурь, горы – сверкающие сказочные вершины, вода – это хрустальные струи или синие дали и т. д.» [3, 107].

Такие интерпретации встречаются на всех уровнях организации рекламного текста. Яркий пример «вечного архетипа» добра и зла, использованного в КП медийной рекламы, представлен в телевизионном споте автомобиля Audi. Мифологему зла в нем олицетворяют вампиры, собравшиеся на вечеринку в ночном лесу, а добро в ролике воплощает новый Audi. На торжество к мифическим существам на рекламируемом автомобиле спешит их друг, по глупости которого вампиры и погибают. Чтобы отыскать место вечеринки в ночной глуши водитель включает фары, свет от которых по своим свойствам напоминает дневной, поэтому он испепеляет силы зла. Вечная борьба двух непримиримых соперников заканчивается также мифологично: достойный (в нашем случае – новый Audi) вознагражден, а зло в очередной раз повержено. Визуальный образ

названных мифологем в рекламном коммуникативном пространстве дополняется соответствующим аудиальным рядом: первые пятнадцать секунд ролика звучит песня группы «Echo and the Bunnymen» с тривиальным названием «Луна-убийца» («The Killing Moon»). Кроме того, в споте множество компьютерных спецэффектов (дорисованных клыков у вампиров, взрывов умирающих существ), которые также создают соответствующий антураж и помогают раскрыть образы телерекламы. Эти приемы выполняют функцию вторичного означивания культурных знаков, превращают устоявшуюся форму мифологемы в неомифологему, наделяя ее простыми профанными смыслами.

Подобных примеров, эксплицирующих в КП рекламы многочисленные мифологемы, очень много. Мифологическая константа занимает важное место в структуре коммуникативного пространства современной медийной рекламы, наделяет его интертекстуальными мотивами, значительно расширяет его смысловую составляющую, усиливает творческие позиции рекламиста, пытающегося сквозь призму мифологем донести до потребите-

ля важную информацию о рекламируемом товаре или услуге.

**Н. Чернов,
г. Ставрополь**

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бодрийар Ж. Система вещей / Ж. Бодрийар; пер. с фр., сопр. ст. С. Зенкина. – М.: РУДОМИНО, 2001. – 223 с.
2. Ежова Е. Н. Пространство и время в медиа-рекламной картине мира: монография [Текст] / Е. Н. Ежова. – М.: Илекса; Ставрополь: Изд-во СГУ, 2009. – 176 с.
3. Ковриженко М. К. Креатив в рекламе / М. К. Ковриженко. – СПб.: Питер, 2004. – 256 с.
4. Пендикова И. Г. Архетип и символ в рекламе / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина. – М.: Юнити-Дана, 2008. – Серия «Азбука рекламы». – 303 с.
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер. – 1999. – 352 с.



Тенденции развития рынка BTL услуг в России

BTL (от англ. below-the-line – под чертой) – комплекс маркетинговых коммуникаций, отличающихся от прямой рекламы ATL (от англ. above-the-line – над чертой) уровнем воздействия на потребителей и выбором средств воздействия на целевую аудиторию. Включает в себя стимулирование сбыта, мерчандайзинг, POS-материалы, директ-мейл (от англ. direct mail – прямые почтовые рассылки), выставки и многое другое [1].

К преимуществам BTL-акций можно отнести их направленность именно на целевую аудиторию, возможность взаимодействия с потребителями при проведении акции, а также то, что у покупателя складывается эмоциональный образ бренда.

Компания WorkLine, специализирующаяся на маркетинговых исследованиях, проанализировала предпочитаемые виды BTL-услуг у рекламодателей путем проведения опроса, в котором участвовали сотрудники 98 российских компаний, таких как Nestle, Газпромнефть, Сбербанк и т. д. По данным исследования заказчики отдадут большее предпочтение POS-материалам и consumer promotion.

Задача POS-материалов – повисить продажи какого-либо конкретного товара (группы товаров) в данной торговой точке. При этом воздействие носит ограниченный во времени и пространстве характер. То есть мотивирует потребителя совершить покупку «здесь и сейчас».

По данным E-TEXT, наиболее эффективным средством рекламы POS стали дисплеи с рекламны-

ми роликами. На них обращает внимание в первую очередь порядка 44 % потребителей. На втором месте по эффективности находятся рекламные плакаты с долей эффективности в 29 %, третьими по эффективности являются различные проспекты и стенды для демонстрации [3].

Consumer promotion – стимулирование покупателей (воздействие на конечного потребителя, стимулирующее спрос и продвижение товаров и услуг) [4].

Сергей Ларин, директор по развитию агентства Coral Promotion, уверен, что основное преимущество потребительского промоушна состоит в том, что он обращен к конкретному покупателю. «Главный мотив, к которому в первую очередь обращаются промоутеры, – убежден маркетолог, – это человеческое любопытство. Кроме того, многие из нас, перестав уже быть детьми, сохраняют искреннюю любовь к праздникам и подаркам. Это второй мотив, к которому обращается потребительский промоушн. Ведь на этом строится вся механика «Подарок за покупку». Еще одна цель, в которую «бьет» consumer promotion, – это азарт, свойственный многим из нас. Человеческая природа меняется мало. Во все времена нами будут двигать любопытство, азарт и желание украсить свою жизнь».

С каждым годом интерес к событийному маркетингу значительно увеличивается.

В статье «Российский событийный маркетинг: тенденции и перспективы» говорится, что наиболее популярным видом event-мероприятия

в России считается праздник. Радиостанция «Авторadio» ежегодно проводит День автомобилиста, участвует в программах администрации и президентских проектах – праздновании приезда главного Деда Мороза страны, чемпионате по гонкам «Формула Авторadio». Но наибольшим успехом пользуется проект «Дискотека 80-х». Это проект, благодаря которому об «Авторadio» стали говорить не только в народе, но и в СМИ.

Наиболее выгодным для России считаются спортивные мероприятия. Они в большей степени, чем массовые праздники и концертно-зрелищные мероприятия, позволяют обеспечить воздействие на аудиторию второго уровня – на тех, кто смотрит телевизионные трансляции события. В российской практике было проведено немало удачных спортивных мероприятий. Например, «Сникерс-урбания», соревнования по сноубордingu, спонсируемые Nokia, дворовые соревнования по футболу, которые устраивает Coca-Cola [2].

В городе Ставрополе насчитывается более 70 рекламных агентств, большая часть которых предоставляет услуги в сфере BTL. В Ставропольском крае лидирующие позиции занимают такие виды BTL акций как лифлетинг и консультации на местах продаж. Эти мероприятия в регионе проводятся наиболее часто.

Таким образом, рынок BTL услуг с каждым годом растет. На лидирующие позиции выходят POS материалы, consumer promotion и event-мероприятия. Наиболее популярным видом мероприятий для российской аудитории считаются праздники и спортивные соревнования.

**Н. Шестакова,
г. Ставрополь**

ЛИТЕРАТУРА:

1. Электронный ресурс: официальный сайт: <http://ru.wikipedia.org>
2. Электронный ресурс: официальный сайт: <http://www.advlab.ru>
3. Лаборатория слова E-TEXT// Виды POS-материалов, 2012.
4. Исследование подготовлено для Ассоциации Маркетинговых услуг (РАМУ) и Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) –AllAdvertising// Рейтинг популярности BTL услуг у крупнейших рекламодателей в России, 2014.





Из сборника «99 РУБАИ»

Из главы «Театр теней»

Воспоминанья из жизни моей
Давно превратились в театр теней.
Я сам режиссер в этой драме и зритель,
И сам исполнитель всех главных ролей.

Бушует весельем земной карнавал,
Под маской чужою себя я узнал.
Да только не снять эту маску до смерти.
Придется жить с тем, что гончар изваял.

Забудешь слова – поможет суфлер,
А вдруг заболеешь – найдется дублер.
Когда ж ты по-своему пьесу сыграешь –
Отправит в отставку тебя режиссер.

Под маской героев мы пьесу играем,
Аплодисменты подчас собираем.
На сцене стоим и не видим у края –
Какой же у пьесы финал, мы не знаем.

Из главы «Электронный век»

Жизнь настоящая промчалась словно миг.
И маской в интернете служит ник.
Попался ты в компьютерные сети
И потерял свой человеческий лик.

Как ты устала от сердечных ран,
С надеждой смотришь в призрачный экран.
В сетях все рыбки будто золотые –
Да только знай, что это все – обман.

На свете технических много чудес,
Одних телефонов на полках не счесть,
Хоронят порой чудаков с телефоном –
Из рая никто не прислал смс...

Бог, как и ты – компьютерный игрок.
А Солнце для него – простой движок.
Пусть поиграет нами, не мешайте –
Пока не вышел гарантийный срок.

Фарит Ахмадиев
г. Уфа



Виктор Руденко:

«Мы стены слагаем, как песни поем...»

Сколько всего вместили в себя мои студенческие годы: учеба в университете – с лекциями и разнообразными встречами, поездками, знакомствами, открытиями; полтора года Афганской войны, когда студенческие конспекты пришлось отложить в сторону и взять в руки саперный щуп и миноискатель; и ни на что другое не похожие три смены в стройотряде...

В стройотряд «Репортер» я сорвался буквально через пару месяцев после возвращения с войны, в августе 1987 года. Он-то меня по большому счету и спас на том долгом и нелегком пути возвращения с войны, который проходит каждый солдат. В двадцать лет нужно было заново учиться жить мирной жизнью, но никто не сказал как. Неизвестное многим мирным людям состояние тревоги, когда ты вроде бы и вернулся домой, а в мыслях продолжа-

ешь жить тем, что происходит в афганских горах, памятью, воспоминаниями. Ждешь с нетерпением писем, больно переживаешь гибель друзей. И война тебя никак не отпускает. Хотя ты и дома уже, и жить нужно студенческими буднями – восстанавливаться на учебу в университете, вселяться в общежитие, решать другие сугубо бытовые вопросы.

Когда полковая колонна возвращалась с боевой операции, а первыми ехали, как всегда, саперы, нас встречал оркестр. Никто, конечно, не ждал оркестра на Родине, но слишком диссонирующим был разрыв между тем, что реально происходило там, в горах, и тем, как это воспринималось здесь, на «Большой земле»; твоей востребованностью там и здесь. И это никому нельзя было объяснить, а следовало только пережить.

... И вот я в поселке Красный Бобровского района.

В первый день только и делал, что знакомился. С командиром Рамазаном Сайтхановым – он произвел впечатление строгого, педантичного и требовательного, – как и положено командиру, но я уже знал, что он добрейшей души человек. С однокурсниками – Сергеем Кройчиком, Анжелой Сазоновой, Сергеем Воробьевым, со студентами старших курсов журфака – Татьяной Стадниковой, Юрием Давояном, Александром Шабановым, Мехти Гусейнгулиевым, Владимиром Грязновым, Владимиром Соловьевым, Михаилом Ермоленко, Валерием Кривошеевым, Виталием Абрамовым, Эдуардом Бояковым. Кстати, встретился и со старыми знакомыми – мы вместе учились на первом курсе, а потом служба в армии на два года развела наши пути-дороги.

Неожиданностью для меня оказалось присутствие в «репортерском» стройотряде юристов, филологов, физиков, историков, медиков, нескольких иностранных студентов – из Пакистана и Венесуэлы.

Среди юристов познакомился с тремя «афганцами» – Владимиром Мирошниченко, Дмитрием Прусаковым, Алексеем Годовниковым. Где бы с ними я еще и встретился?

С удовольствием встретил в отряде филолога Олега Верехина, с которым жили в одном общежитии на первом курсе.

Объектов у стройотряда оказалось несколько – отделка жилых домов, ремонт животноводческих помещений. Жили в общежитии, рядом со школой. Еду готовили сами.

Поначалу Рамазан определил меня помогать подшефным – местной школе. И я в течение нескольких дней красил железную крышу. Потом с Виталием Абрамовым и другими ребятами работали на ремонте животноводческих помещений в поселке Морозовка, селе Мечетка. Кладка, бетонирование полов...

Тяжелая физическая работа, приличная нагрузка в течение рабочего дня (а работали фактически весь световой день), но что значит – молодость, азарт жизни, кипучая энергия! В душ после работы, чтобы привести себя в порядок, а потом часов до одиннадцати ночи – на дискотеке.

И потом еще долго не гас свет в столовой, где продолжалось чаепитие.

Командир отряда к вольному обращению с распорядком дня относился спокойно, зато, если кто не успевал на утреннее построение и подъем флага, сполна получали по заслугам. Где-то вольность, а где-то и железная дисциплина... На то он и командир!

Но атмосфера в отряде была по-настоящему товарищеской. Об этом свидетельствует такой факт. Андрей Золотухин во время зональных стройотрядовских соревнований, в финальном матче по футболу сломал руку. Отлежался неделю в городе, а потом – душа-то болит за отряд! – вернулся в поселок Красный с загипсованной рукой. И, наверное, в нарушение всяких мыслимых и немыслимых правил

техники безопасности выходил на работу, помогал другим как мог. И видя такой настрой, Рамазан закрывал ему наряд по полной программе.

Деревенские «группировки» пацанов время от времени сходились «стенка на стенку» (у них просто других развлечений не было!). Причем сбор своих «бойцов» они почему-то проводили на нашей площадке, над которой висел стройотрядовский флаг. Сначала от одной стороны, затем от другой приходили «гонцы» и успокаивали: «Если вот те сунутся, зовите нас, мы защитим». Впрочем, такие случаи были редкими, чаще они просто приходили к нам на дискотеку.

И все это вместе взятое – тяжелая физическая работа, незабываемые вечера, посиделки, бесконечные разговоры со сверстниками «за жизнь», общение, песни – стало той отдушиной, которая отодвинула войну на второй план.

Я почувствовал, что из стройотряда, в середине сентября 1987 года, вернулся совсем другим человеком. Уже студентом, а не солдатом.

Когда весной 1988 года зашла речь о стройотряде, то постарался первым попасть в его списки. Всем нам командир поставил условие: закончить курсы каменщиков при одном из воронежских профтехучилищ. И мы заканчивали их. А еще – до начала стройотрядовского сезона – освоить один объект в Лискинском районе, который ССО «Репортер» дали в нагрузку, – возвести двухэтажную пристройку к больнице. На этом объекте, почти напрочь лишенной механизации, мы чуть не «пали смертью храбрых». Но к сроку все-таки успели.

Второй сезон в «Репортере» тоже был памятным. И тут я сошлюсь уже на запись в личном дневнике: «26 августа 1988 года. Второй сезон у Рамазана в «Репортере»».

Темп работы, как и в прошлом году, напряженный. Материалов на объекте постоянно не хватает, но мы не останавливаемся ни на минуту. Бойцов тоже не хватает на все стройки, и поэтому пытаемся брать не числом, а умением. Рамазан постоянно ругается из-за некачественной, на его взгляд, работы, но при этом даже не старается скрыть, что отрядом доволен.

Почти три недели бок о бок с нами трудился стройотряд из Галле (ГДР). Работа в этот период шла ни шатко ни валко, зато как отдыхали и веселились по ночам! И вот немцы уехали, и такая тишина установилась в лагере!..

Когда немецкий отряд уезжал, одна девушка расплакалась: ей так не хотелось расставаться с поселком Красный и «Репортером». Она осталась бы еще на несколько дней, если бы позволил командир. Но Рамазан не позволил. В день проводов отряда не спали всю ночь. Сидели на кухне – Андрей Золотухин, Александр Шевченко, Виталий Абрамов, немки, пили чай, говорили.

Дискотека, танцы, разговоры – не могли наговориться до утра, хотя знания немецкого у нас и русского с их стороны были самыми минимальными.

Еще один трогательный момент «Репортера-1988» – посвящение в бойцы. Наверное, никогда в своей истории – ни до, ни после – «Репортер» не принимал столько желающих приобщиться в свои ряды. Происходило действие на площадке у общежития. Обставлена церемония была с выдумкой (Владимир Грязнов и не на такое был горазд!): горел костер, вокруг сидела молодежь, которую Вождь (в облике опять же Владимира Грязнова) посвящал в «великие стройотрядовские таинства».

После чего спели две сочиненные Вождем песни. Несколько строчек потом все повторяли по поводу и без повода:

«Постой, Рамазан, не кричи, ради Бога,
От шума кружится голова...».

Володя Грязнов – одна из легенд отряда. Хотя он немного времени проводил в «Репортере», а потом уезжал в сельхозотряд, но за это время успевал столько людей к себе расположить. Притягивал добротой, которая буквально исходила от него, как солнечные лучи.

А еще один однокурсник, Сергей Кройчик, прославился тем, что все время попадал в смешные ситуации. Городской парень, со всей своей неумной энергией он стремился освоиться с сельским бытом. Был первым, когда требовалось запрячь лошадь, замесить глину для «мазания» дома. Ну и часто, разумеется, попадал в просак. От чего веселился и сам от души, и весь отряд».

Но и кроме него в смешные истории попадали многие. Как-то Юрий Давоян замешивал, сидя в седле на лошади, глину с соломой – готовил, говоря современным слогом, отделочный материал для деревенского дома. Говорят, что конь о четырех ногах, но спотыкается. И это как раз о нашем случае: конь под Юрой поскользнулся и вместе с Юрой свалился в замес, залитый водой уж точно по колено. Брызги – во все стороны! Наступила тишина, смеяться над товарищем как-то неловко, может обидеться... Но после того как Юра и конь выбрались из глины, глядя на них, никто уже не смог сдержаться – хохотали все! И первым – «пострадавший» Юрий Давоян.

Большим специалистом по части разных смешных выходов был Александр Шевченко. Такой он человек, его всегда тянуло на приключения, и он всегда попадал в истории, о которых по журналу ходили легенды. В отряде, естественно, за это ему перепало от командира.

Однажды сидим в столовой, уставшие, хмурые, особенно Шевченко. Рамазан и спрашивает его:

– Чего-то ты такой молчаливый, тебя кто-то обидел?

Спросил, а сам в это время переключил внимание еще на что-то, не расслышал ответа бойца. А он сказал: комиссар, мол, обидел. Хотя все остальные слышали.

Рамазан снова переводит взгляд на Шевченко и переспрашивает: «Так кто же, Александр, тебя обидел-то?» – и на этой фразе все сидевшие в комнате прыснули со смеха: слишком угрожающе это

прозвучало. С подтекстом: мол, а ты подумал, прежде чем пожаловаться на комиссара?!

После этого случая Александра в шутку переспрашивали:

– Так кто тебя обидел-то?..

Вот такой полной жизни, бесшабашной была стройотрядовская жизнь. И уезжать из отряда никому не хотелось.

Осенью 1988 года в Воронеже, на базе гостиницы «Спутник», проходило Всесоюзное стройотрядовское совещание. На него от Воронежской области делегировали ССО «Репортер» (были ли представлены другие отряды, уже не помню). Среди моих записей чудом сохранилось выступление на этом Всесоюзном форуме. Я его хочу процитировать как документ той эпохи: «Добрый день, дорогие друзья! Линейный строительный отряд «Репортёр» факультета журналистики Воронежского государственного университета приветствует участников конкурса и желает вам успехов.

Мы очень рады, что нам представилась счастливая возможность встретиться с бойцами строительных отрядов других регионов страны. Мы надеемся, что этот замечательный праздник, организованный Центральным комитетом ВЛКСМ, явится не только смотром бойцовских качеств и достижений строительных отрядов, но и станет значительным шагом в деле дальнейшего развития стройотрядовского движения в стране. Мы пришли к вам, чтобы не только рассказать о себе, но и поучиться у вас, перенять ваш опыт. Надеемся, что на этой встрече завяжутся деловые и, самое главное, дружеские контакты с другими отрядами. Мы думаем, что нам надо чаще встречаться.

Стройотряд «Репортёр» представляют боец отряда, воин-интернационалист, целинник с двухлетним стажем, студент III курса факультета журналистики ВГУ Виктор Руденко и командир отряда, член комитета комсомола ВГУ, пятикурсник Рамазан Сайтханов, его целинный стаж – пять лет.

Наш отряд в этом году отметил своё десятилетие, но поистине вторым рождением «Репортёра» считается год 1983-й, когда в него влилась новая струя студентов нашего молодого факультета. Наиболее интенсивной работой были отмечены последние три года жизнедеятельности нашего отряда. Судите сами: в 1986 году отряд освоил 165 тысяч рублей, в 1987 году – 195 тысяч рублей. И, наконец, в нынешнем сезоне «Репортером» произведено работ на сумму 330 тысяч рублей.

За эти годы руками наших бойцов возведены: помещение филиала центральной районной больницы города Георгиу-Деж; животноводческий комплекс для коров на 200 голов; реконструировано 14 животноводческих ферм; сдано 12 квартир для специалистов села; отремонтирован памятник павшим воинам в Великой Отечественной войне в поселке Красный Бобровского района.

Как видите, журналисты могут не только много говорить, но и делать. Не случайно в нашем отрядном гимне есть и такие слова:

Мы стены слагаем, как песни поём,
А если надо, железным пером
Сумеет рвача, бюрократа, ханыгу распять.

За последние три года школу трудовой закалки через «Репортёр» прошли более ста студентов нашего факультета, это примерно каждый третий.

Три года подряд ездим в одно и то же хозяйство, с которым у нас завязались не только деловые, но и самые дружеские связи. Нам было очень приятно, когда к нам в аудиторию приезжал председатель нашего колхоза. Да, мы его считаем нашим.

В нынешнем году отряд насчитывал шестьдесят человек. Он был разделен на несколько самостоятельных бригад, которые работали уже в трёх хозяйствах зоны.

В этом же году в составе «Репортёра» трудилась обменная группа из Германской Демократической республики. Наш отряд из многонационального – у нас работают чеченцы, русские, украинцы, армяне, азербайджанцы, представители других национальностей страны – превратился в интернациональный. Ведь в его составе были представители из ГДР, Пакистана, Венесуэлы.

Интернациональным он считается и потому, что в наших рядах есть ребята, выполнявшие интернациональный долг в Республике Афганистан. В нынешнем году мы взяли в свой состав и бойцов отряда воинов-интернационалистов «Память» из ВГУ.

При таком освоении отряд, безусловно, и много зарабатывает, но мы и много перечисляем в различные фонды. За три года сумма отчислений составила более 4 тысяч рублей, в том числе 1400 рублей на строительство памятника павшим воинам-интернационалистам в городе Воронеже. Кстати, отряд вышел с предложением взять шефство над строительством этого памятника.

Не забываем и о родном факультете. Ежегодно в фонд комсомольской организации перечисляется по 300-400 рублей. Эти деньги пошли на ремонт аудиторий, организацию и оборудование кооперативного факультетского клуба-кафе «Аура». Все эти работы тоже контролировал наш отряд.

Конечно, мы может не только трудиться, но и отдыхать, как же без этого: футбольная команда «Репортёра» – чемпион зоны 1987 года.

Традицией стала организация культурных

мероприятий и вечеров отдыха для жителей села. Тематика их самая разнообразная, на что только способны журналисты: вечер памяти Владимира Высоцкого, вечер авторской песни, выступления отрядной агитбригады. Когда в Красное приезжает «Репортёр», то жизнь там оживает. Не случайно по этому поводу у нашей агитбригады есть такая шутка:

И жизнь в посёлке Красном

Совсем, совсем прекрасна...

Мы рады, что приносим в село весёлое настроение.

Заканчивая представление отряда «Репортёр» факультета журналистики ВГУ, хочется сообщить, что второй год подряд наш отряд носит почётное звание «Лучший отряд области».

Итак, друзья, студенческий отряд «Репортёр» желает вам успехов в конкурсе».

По итогам Всесоюзного совещания на форум молодежи в Пхеньян мы не попали, но как лучший отряд были премированы путевкой в Грецию – поехали Виталий Абрамов и Рамазан Сайтханов. А у меня на память о том форуме остались значки, которые подарили ребята из Узбекистана, Таджикистана, Молдавии, Новосибирска, Прибалтики. Велика была наша страна...

Летом 1989 года проходил третий мой целинный сезон. То же хозяйство, тот же командир. Но этот сезон для меня лично запомнился как прощальный. Рамазан закончил университет и уезжал в Дагестан, я уже собирался устраиваться на работу. И понимал – стройотряд уходит из моей жизни.

Чтобы навсегда остаться в моей памяти.

Биографическая справка: Руденко Виктор Григорьевич, выпускник факультета журналистики ВГУ (1991). После окончания первого курса проходил срочную службу в Республике Афганистан (1985–1987). Государственные награды: медаль «За отвагу» (1987), орден Дружбы (2006) и др. Лауреат премии Правительства РФ в области печатных СМИ (2010). Генеральный директор ООО «Редакция газеты «Коммуна» – главный редактор газеты «Коммуна» (с 2010).



Рамазан Сайтханов: «Репортер», ты есть, пока живы мы...

С чего начать-то... С того, что снится мне мой «Репортер» до сих пор. Спустя даже двадцать пять лет. А жена поутру, глядя на мое сияющее лицо, в очередной раз спрашивает: «Опять стройотряд приснился?» И, помолчав, с грустью в голосе добавляет: «Пора бы тебе повзрослеть. Ведь пятьдесят

тебе уже...» Виновато отвожу взгляд в сторону. Принимаю: жить прошлым нельзя. Но ничего поделать не могу. Застрял я в том времени. Вылечиться бы от этой напасти. Да не могу! Самое лучшее, что было в моей жизни, связано со студенчеством, стройотрядом и колхозом. Да, колхозом тоже. Ведь

селяне, принимавшие нас с 1986 по 1989 годы, сыграли в моей жизни не меньшую роль. Написал слово «селяне» и как-то стало не по себе. «Холодное» оно, чужое. А так хочется рассказать с теплотой о людях, ставших нам родными и близкими. Ведь жизнь моего «Репортера» очень тесно связана с ними – с жителями села «Красное» Бобровского района Воронежской области.

История нашего отряда коротка. Причина тому понятна: факультет журналистики как таковой стал существовать лишь с 1985 года. Но не важно «сколько», а важно «как». И в этом смысле есть чем гордиться. Начну с того, что нам посчастливилось учиться у настоящей легенды стройотрядовского движения, одного из первых целинников Льва Ефремовича Кройчика. Он всегда старался принимать самое активное участие в жизни отряда.

Особо вспоминается один из его приездов в колхоз. Разговор тет-а-тет у ночного костра с немногим зарвавшимся командиром, то бишь со мной. Как умело и деликатно он объяснил тогда, что передо мной живые люди, личности, а не просто «рабочая сила».

В первый наш трудовой семестр колхоз имени Калинина встретил нас очень радушно. До сих пор помню многих жителей поименно. Председатель Александр Петрович Кравченко, очень умный и рассудительный руководитель; парторг Федор Алексеевич Шацких – спокойный и уравновешенный; прораб Егор Филиппович Наумов – сердечный старичок, который сильно болел сахарным диабетом, комсорг Нина Наумова – энергичная молодая мама и по совместительству завскладом, сварщик Николай – богатый папаша шести дочек и соседка баба Нюра. Такими чистыми людьми богата Россия. И жива до сих пор... Благодаря им.

...Как-то, возвращаясь с объекта, ребята сорвали в деревенском саду яблоки. Приходит бабуля, жалуются. Дескать, так, мол, и так, непорядок. Я в ярости! «Непорядок, – говорю, – найду и накажу, вплоть до исключения из отряда». «Нет, нет, что ты, сынок, – отвечает старушка, – не наказывай. Просто скажи, чтобы ветки не ломали». На утренней линейке разговор был серьезный. До такой степени, что ребята на пушечный выстрел стали обходить те сады. День прошел, второй... К вечеру на третий ковыляет та самая баба Света на своих больных ногах с двумя полными ведрами яблок. «Угощайтесь, деточки, – говорит, а сама отдышаться не может, путь-то не близкий, от одного конца деревни до другого. С того самого дня стали нас подкармливать фруктами всей деревней.

Не было ни дня, наверное, чтобы я не думал о тех днях. А как сел писать, растерялся. Вспомнить бы все, не упустить бы главного. Ведь есть о чем рассказать...

Уже в 1986 году «Репортер» стал составлять конкуренцию таким сильным стройотрядам как «Союз», «Планета», «Альтаир». Сумма освоенных капиталовложений составила, если мне не изменяет память, более 160 тысяч рублей. Средняя

зарплата бойца – от 700 до 1000 рублей. Отстроены коровник, осуществлены капитальные ремонты двух телятников, заложены фундаменты под Дом колхозника и новую столовую. И это все при том, что многие только начинали осваивать далекую от журналистики профессию каменщика.

Я не скажу, что, как во многих других стройотрядах, мы работали от зари до зари. Нормальный восьмичасовой рабочий день. Но выкладывались все по полной. Бригады соревновались между собой. Подстегивал еще «Экран КПД бойца». Трудовой вклад каждого оценивался вечером на заседании штаба отряда. От нуля до единицы. Единица – это полный рабочий день. Кто-то мог схлопотать и 0,5 за нерадивость, иной же передовик мог похвастаться даже коэффициентом аж в 1,3. Немаловажную роль в наших успехах играла и помощь руководства колхоза. Не скажу, что предприятие было богатым... Скорее наоборот. Но это не помешало ему на протяжении всех четырех лет обеспечивать нас бесплатным питанием...

Чувствуете, как, рассказывая об отряде, я в очередной раз переключился на село. Каюсь, грешен. Но без этих добрых людей, возможно, и не было бы «Репортера». Не было бы следующего 87-го, когда мы вышли в финал во всесоюзном соревновании студенческих отрядов за право участия в фестивале студентов и молодежи в Пхеньяне.

Говорит ли вам о чем-то, что, кроме нас, в финал вышел всего лишь еще один стройотряд из Воронежца?.. Да и тот слишком быстро сдался. А в 1988-м, наш, возросший до 48 человек, отряд заключил договора уже с двумя колхозами.

Помню, как в этом же году областной штаб обратился к нам с просьбой помочь Лискинской райбольнице в строительстве двухэтажной пристройки. Чтобы летом не отвлекаться от основных работ, мы «ударничали» по выходным и праздникам в течение года.

...Хочу рассказать о студенческой группе по обмену из ГДР, которую направили в наш отряд, как лучший. Говоря о немках (группа состояла из одиннадцати девушек и одного юноши), я бы сказал коротко, но веско: «Десять дней, которые потрясли... отряд». Ежедневные дискотеки аж чуть ли не за полночь. Отбой как таковой перестал существовать. Его заменяли душевные беседы на интернациональные темы. И это при том, что немки не говорили по-русски, а мы, в свою очередь, ни бум-бум «по-ихнему».

Обед сопровождался купанием на пруду. Последнее, правда, продолжалось лишь до обращения ко мне «делегированных» местных старушек. Возмущению женщин не было предела: «Как же так?.. Какое бесстыдство, Романзон, – причитали они. Оговорюсь, что, благодаря «испорченному телефону», звали в деревне меня на разные лады. От Рамиза, Рамазана до Рамзеса. Я не поправлял никого. Был благодарен уже тому, что к последнему не добавляли приставку «Второй»... Что же произошло, что же так возмутило женщин? Да ничего! Просто

наши гости решили устроить «нудистский пляж». За исключением командира весь отряд был в курсе событий. Отчитал я ребят. А они мне в ответ: «Ну что ты! Зачем лишать людей праздника». Оказывается, в первый день купания на другом берегу маячил одинокий рыбак. Подслеповатый старик, еле передвигающий ноги. Отгадайте, что произошло на следующий день? Да... Да... Рад за вас! Угадали. Противоположная сторона пруда была переполнена рыбаками разных мастей. И это при том, что рыбы в этой лужице отродясь не водилось.

Запрет на купание был воспринят безропотно, но с огромным неудовольствием мужской половиной отряда и самими «купальщицами». Но в правоте своего решения я лишней раз убеждался, ловя благодарные взгляды моих штукатурщиц, моих красавиц, моих журналисточек.

В своем рассказе я преднамеренно стараюсь не касаться политической стороны стройотрядовского движения. Да, были «идеи», стремления. Но мы не были зомбированы. Жизнь была проще, народ чище, власть честнее. Это мое субъективное мнение. Оно останется неизменным до самой моей смерти. И я горжусь тем, что я был и остаюсь гражданином Союза Советских Социалистических Республик.

Были в жизни «Репортера» и утренние линейки с поднятием флага, и агитбригады, и комсомольские собрания. Но, извините, в никакие рамки идеологии той эпохи не вписывается следующая история, свидетелем, которой я стал.

Был (да, наверное, и есть) в селе памятник солдатам, павшим на полях Великой Отечественной войны. Выцветший и обшарпанный. В выходной, за завтраком, я не досчитался всей своей немецкой группы. К тому моменту, когда мы их нашли, они

заканчивали последний штрих покраски штaketника вокруг того самого монумента. И где они краску достали, до сих пор ума не приложу...

Вы заметили, что я не называю имен и фамилий членов отряда. Хотя со многими до сих пор поддерживаю самые теплые и дружеские отношения. Боюсь обойти кого-то вниманием и обидеть. Но Сергея Пугачева, нашего трудновоспитуемого подростка из неблагополучной семьи, не могу не вспомнить. Практически сирота, отец которого после убийства жены отбывал наказание в исправительном учреждении, этот совсем еще мальчик работал наравне с самыми ярыми «трудоголиками». Из замкнутого и мрачного паренька уже к концу первого сезона он превратился в самого активного и жизнерадостного бойца. Отряд заменил ему семью, обогрел и дал почувствовать, что за зимней вьюгой всегда следуют теплые весенние дни, полные надежд и мечтаний. Жаль, что связь с ним оборвалась. Знаю только: целью номер один в его жизни было стать офицером и с честью служить Отчизне.

Мой «Репортер»... Как бы я хотел вернуться хотя бы на один день к тебе. Вдохнуть полной грудью аромат юности моей. Но ты далеко... И ты недоступен... Но ты ведь есть. И будешь, пока есть мы...

Биографическая справка: Сайтханов Рамазан Касымович, выпускник факультета журналистики ВГУ (1989). В 1982 г. – мастер ССО «Каравелла», в 1985–1989 гг. – командир ССО «Репортер». Ныне проживает в Бельгии, г. Арлон. Работает бригадиром в строительной фирме «Томас и Пирон» (Люксембург).



Татьяна Карапетян (Стадников): Именно в стройотряде и бурлила настоящая студенческая жизнь

Мой «Репортер»... С ним связано всё самое лучшее. Именно в стройотряде мы дружили, влюблялись, преодолевали трудности быта и, конечно, показывали себя в работе. Я думаю, именно в ССО и бурлила настоящая студенческая жизнь, о которой сегодня каждый из нас вспоминает с ностальгией.

1.

В августе 1991 года, после свадьбы, мы с новоиспечённым супругом взяли путёвки к морю. До отъезда оставались считанные дни. А мне нужно помочь родителям. Они построили дом. Хороших штукатуров в селе нет. И я, вспомнив былые подвиги в стройотряде, вызвалась штукатурить

сама. Помню, как приходили соседские старушки и удивлённо обводили взглядами комнаты: «Мы думали, журналисты – белоручки, а ты так ловко управляешься с раствором! И где тебя научили?» «В стройотряде, – отвечала за меня мама и со вздохом поясняла: – Все летом отдыхают, дома – рай, в саду всё поспекает, а она сумку собирает и вперёд – на свою стройку...»

Самая первая моя стройка была в далёкой Калмыкии. Летом 1985-го наш только что созданный студенческий строительный отряд «Репортер» направили в Элисту. В то время он почти полностью состоял из историков и филологов, а наше отделение журналистики представляли всего три сту-

дентки-первокурсницы Нина Левченко, командир, Виктория Лобода и я.

Тогда столица республики ничем не отличалась от наших райцентров: длинные улицы утопающего в зелени частного сектора, новый микрорайон с многоэтажками, откуда наступала на город цивилизация. Был красивейший парк с многовековыми деревьями, куда мы запросто ходили в выходные на дискотеку. К девчонкам в стройотрядовской форме проявляли интерес прохожие, особенно местные ребята, но никто и никогда не позволил себе грубостей по отношению к студенткам. Перед нами уважительно расступались, на рынке не знали, чем угостить, а в местной столовой повара старались «присоединить» к порции весомую бесплатную добавку. Жили мы в бывшем административном здании: в одной огромной комнате, уставленной раскладушками, – девочки, в другой – поменьше – мальчики. Удобства – во дворе. Только утром это создавало неудобства, так как приходилось ждать в очереди. Но не огорчались, наоборот, это было темой для многочисленных шуток. Мылись и стирали вещички в отдельно стоящем «сарайчике». Конечно, поначалу некоторые мальчишки через щели в стене подсматривали, как мы намыливаемся в тазиках. Потом девчонки постарались «укрепить бастионы», кнопками прикрепили к стенкам газеты. Во дворе у крылечка стояла длинная скамейка. На ней вечерами мы сидели и грызли семечки, болтали о том, о сём. Часто выносили допотопный радиоприёмник, слушали музыку и даже танцевали, несмотря на усталость после трудового рабочего дня. Наша столовая находилась далеко от общежития – по соседству с объектом.

Помню, в первые дни, когда не нашли повара, Нина Левченко объявила, что готовить будем по очереди. Для меня это был настоящий шок! Несмотря на то, что росла я в большой семье, к 18 годам умела делать лишь элементарное – омлет, жареную картошку, овощной салат... Готовить еду на ораву из более чем двух десятков человек считала испытанием. Это сейчас могу накормить целую свадьбу, а тогда лихорадочно соображала, что же делать. Спасительной соломинкой стала идея попросить помощи у сестры – выпускницы торгово-кулинарного техникума. На мой сигнал SOS в виде телеграммы она отреагировала сразу. Через несколько дней я получила пухлый конверт с пометкой «срочное заказное письмо». На многочисленных листках – подробное описание недельного меню. С поваром в стройотряде проблему решили. А для меня эта «шпаргалка» стала главной на домашней кухне. По ней я потом училась готовить для своей семьи. И запомнила на всю жизнь, что картошку, порезанную кубиками, кладут в суп, а картошку в виде соломки – в борщ.

Главная «кухня» в те дни переместилась для меня на объект – ДСК – домостроительный комбинат. Там под присмотром мастеров отделочных работ мы учились штукатурить. Теория, которой

запаслись перед поездкой в Калмыкию, оказалась не в счёт. Практика давалась мозолями и потом. К концу стройотрядовского сезона научились профессионально штукатурить – единицы. Наверное, после нас в ДСК стали проводить экскурсии для начинающих отделочников и рассказывать, как не надо штукатурить. «Подопытные» стены местами выглядели плачевно. Но для каждого из «репортёровцев» это был первый опыт, запомнившийся на всю жизнь. Стройка – большой труд – главный вывод, который мы сделали.

Тяжёлая работа не затмевала радостей стройотрядовской жизни. Девчонки из «Репортёра» организовывали встречи с ребятами из других строительных отрядов – «Виктории» из ВГУ и ленинградским «Радаром», которые тоже работали в Калмыкии. Мы обсуждали последние новости, рассказывали друг другу о делах на стройке, пели песни под гитару... Вместе участвовали в конкурсе агитбригад, где наш «Репортёр» занял второе место. Был и совместный вечер с курсантами местной школы милиции: общение за стаканчиком сока с пирожными, шумная дискотека... На следующий день вечером весь батальон стоял у ворот нашего общежития: ребята пришли к воронежским студенткам на свидание. Влюблённые милиционеры так и не добились благосклонности «репортёрш». Оставшиеся две недели до нашего отъезда многие из ребят по-прежнему приходили к общежитию и приглашали девчонок то в кино, то на дискотеку. Да, мы разбили сердца целому батальону!

Для меня первый стройотрядовский сезон запомнился и спортивными соревнованиями строителей. Здесь я познакомилась с элистинцами, с которыми потом переписывалась больше десятка лет. «Репортёр» подружил меня со студентками исторического факультета Ниной Жилияковой, её мы звали по-боевому – Нино, Людмилой Фоминой, Ириной Коваленко, Эрикой Калининой и немкой Жаннетт Хельке. Я любила приходить к ним в гости во второе общежитие на улице Фридриха Энгельса. Мы жарили картошку, вместе ужинали, пили чай и веселились, вспоминая стройотрядовские похождения. С Эрикой сейчас живём в одном городе, она – учитель старооскольской школы № 19 – кадетского корпуса «Виктория». Когда мы пересекаемся, то часто говорим друг другу: «А помнишь в Элисте?»...

Стройотряд породнил меня с однокурсницами Викторией Лобода и Ниной Левченко. К ним я до сих пор отношусь по-родственному – тепло. С Викторией мы пережили и последующие сезоны в «Репортёре», которые закалили нас и, конечно, сделали духовно богаче.

Из дневника. Стройотряд «Репортёр», лето 1985 года.

6 июля. Суббота. 15.18.

Пишу в поезде. Позади Каменск, Лихая, Ростов-на Дону. Едем в Элисту. Жаркий шестой вагон. Тесный, но очень весёлый. Узнала, что работать в стройотряде будем вместе с историками

и филологинями. Завтра увижу Нину и Вику, они уехали в Элисту раньше.

7 июля. Воскресенье. 12.31.

Вот мы и в Элисте. Тихий, пыльный городок мне нравится. Не верится, что это республиканский центр.

Здесь нам предоставили просторные комнаты двухэтажного дома на одной из центральных улиц Элисты. Сегодня отдыхаем. Ходили в столовую, мы с Викой разведали тропу к нашему объекту. Будем штукатурить. Дело мне незнакомое, но ничего, опыт приходит с практикой. Ребят в отряде мало: историк Славка Глухов и два «трудных подростка» Андрей и Витёк – почти мои ровесники, Серёжка-медик – студент мединститута, и латиноамериканец Карлос – будущий историк.

Сегодня убрали корпус. Сейчас поедем на экскурсию в город. Интересно, какой он?

8 июля. Понедельник. 19.03.

Здесь мы только два дня, а кажется целых два года. Начинаю привыкать к новой жизни. Даже не верится, что буду работать наравне со взрослыми. Вчера ездили по городу, он мне понравился. Посмотрели аэропорт, ипподром, где успели полакомиться смородиной, потом посидели в местном кафе и попробовали национальную кухню. Да, к солёному зелёному чаю с молоком надо привыкнуть – на любителя. А мороженое, говорят, делают из кумыса. На вкус кажется, что оно приготовлено из подгоревшего молока. Но всё равно аппетитное.

Сегодня увидела во всей красе свой объект, услышала шум стройки, ощутила ритм строительства. Даже сердце забило чаще, как перед экзаменом.

Оборудовали свою столовую. Подметали и мыли полы, таскали тяжёлые доски-подмостки и так далее. Устали. Хочу спать, но нужно перешить Андрею спецовку и подшить свою. Сегодня уже ходили на работу в своих огромнейших, не по размеру, куртках. Смешные инопланетяне в белых одеждах. Как нас встретят на стройке местные?

Решила взять шефство над нашими «трудными». Мне нравится с ними возиться. Немка Жаннетт, студентка исторического факультета, спросила, есть ли у меня братья. Я ответила, что есть – и старший, и младший. «Это видно, – улыбнулась она. – Витёк и Андрей тебя слушаются».

Завтра – на работу. Подъём – в пять утра.

9 июля. Вторник. 19.59.

Прожит ещё один день. Самое главное – мы приступили к работе, штукатурили. Вначале делали насечки. С непривычки сбивали пальцы до крови. Руководит нашей работой Елизавета Петровна – калмычка, штукатур с 30-летним стажем, которую мы называем просто тётёй Лизой. Свообразная и своенравная женщина: всё время кричит, но учит настойчиво, правильно. У меня почти ничего не получалось. Она загнала меня на

верх, на леса. Я мешала раствор и ковшом бросала на стену (тоже целое искусство!), работала полутёром и тёркой. Раствор всё время сползал вниз, моя белоснежная спецовка была заляпана, пот застилал глаза, ныла спина... А ведь раньше мне казалось, что штукатурить – дело самое простое. Старалась успеть за командами тётёи Лизы. Была очень рада, когда своими руками заштукатурила небольшую стенку в полутёмной комнате. Первая победа!

12 июля. Пятница. 22.13.

Рано утром тётя Лиза приказала переделать нашу с Викторией работу – снова заштукатурить стену, над которой мы «бились» весь вчерашний день. Было обидно, потратили зря столько сил и энергии! Пришлось нам с Викторией снова вдохновляться. Работали и пели песни. Всё переделали. Нас даже успел запечатлеть за работой корреспондент молодёжной газеты, фотографировал, расспрашивал. Мы смеялись: журналист берёт интервью у будущих журналистов! Но мы его интересовали как штукатурицы. О чём рассказывать, если на стенах пока всё искривлено и вкось?

13 июля. Суббота. 22.18.

Утром встречали девчонок-филологов, так что начали работу часов в десять. Погода не радовала, накрапывал мелкий дождь. Когда привезли раствор, мы решили заполнить три ящика. Но оказалось, что сегодня кубов чуть больше, чем в прежние дни, а ящиков у нас больше нет. Один из работавших по соседству строителей посоветовал просто вылить остатки на землю. Как выразилась историк Нино Жиликова, «лились наши рубли». Прибежал прораб – калмык Коля и начал ругаться, ведь можно было залить этим раствором пол. А мы не знали...

Сегодня работали с новенькими – филологинями. Уже мы их обучали, как набрасывать раствор, как затирать аккуратно штукатурку. Закончили с Жаннетт работу первыми. Если честно, я уже гордилась своим небольшим, приобретённым в течение трёх дней опытом.

14 июля Воскресенье. 22.57.

Сегодня заделывали трещины между стенками и оконными рамами, засыпали керамзитом пол. После обеда мы с Жаннетт перешли работать на улицу. Пекло такое солнце, что сожгли руки и шеи. Освободились пораньше. Решили пойти в город. С нами напросился погулять подросток Андрей. Втроём пошли к «шестой» столовой, где продавали мороженое, затем в магазин и на рынок. Погуляли по парку и вернулись в свой корпус.

15 июля. Понедельник. 21.53.

Говорят, понедельник – трудный день. Так оно и вышло. Работать начали поздно, так как не было раствора. Пришла тётя Лиза и начала кричать, заставила засыпать керамзитом оставшиеся комнаты. Настроение было испорчено. Раствор привезли паршивый, один песок. Мы с Жаннетт заполнили

два больших ящика и один маленький. Решили заштукатурить большую стенку. Но пришёл начальник стройки Бембеич, собрал всех в первой комнате и забраковал нашу работу. А мы так старались! Будем учиться!

Большая стенка сложена из красного кирпича с выбоинами и выступами. Нужен был очень толстый слой штукатурки. Начали с Жаннетт с верхней части. Уже сделали полстены, но пришла тётя Лиза и молодая бригадир, показали, как нужно затирать тёркой раствор и накладывать дополнительный слой. Заставили всё переделать, хотя тётя Лиза нас похвалила.

К шести часам вечера остался один большой ящик с раствором, решили выработать весь. Нам помогал Славик Глухов – наш Шурик, как мы его называли, так как внешне он очень похож на одноимённого героя «Кавказской пленницы». Шутили, смеялись. Потом неожиданно заболела Жаннетт. Она ушла. Мы со Славиком решили не ходить на ужин, а остаться и закончить стенку. Было уже темно, плохо видно неровности. Болели спина, ноги, глаза, хотелось есть и пить. Но всё доштукатурили.

17 июля, Среда. 22.37.

Вчера не было света, сидели вечером в темноте, поэтому не смогла записать. Работали до половины десятого ночи втроём: я, Вика и Славик. Уже не было видно раствора на стенке. Я даже немного злилась на себя: вечно мне больше всех надо, любительница совершать подвиги!

Сегодня утром тётя Лиза нас похвалила. Мы вместе с нею и вчера, и сегодня заливали полы. Суровая женщина, но справедливая. Нас с Жаннетт назвала ласково, по-матерински, ласочками. Да и как же иначе? Мы и сами довольны сегодняшней работой: заштукатурили 22 квадратных метра, выработали три ящика раствора! С Жаннетт мы подружились. Поём вместе песни, шутим, много общаемся. А ведь когда-то наши деды были врагами и воевали друг с другом...

18 июля. Четверг. 22. 14.

Обычный рабочий день. Утром рано подвезли раствор. Мне пришлось уйти на заливку полов, а Жаннетт и филолог Рита Лазутикова начали без меня. Сделали много: стенку и ещё половину. На этот раз выработали три больших ящика раствора. Для нас это пока прогресс. Тётя Лиза похвалила, и всё-таки заставила переделать затирку в нижней части стены.

Сегодня вывесили юмористическую газету о «Репортёре». Смеялись, вот как нас увидели со стороны авторы.

19 июля. Пятница. 20.10.

Работу закончили чуть пораньше. Утром взяли четыре с половиной ящика раствора. Решили доштукатурить вчерашнюю стенку, а потом перейти в следующее помещение, светлое, просторное. Раствор подвезли поздно, поэтому работать надо было

быстро. Один ящик отдали другой бригаде. Наш рекорд – 31 квадратный метр! Очень радовались. Это не предел.

Славка пришёл после обеда, работал в разных комнатах, помогал девчонкам. Сегодня, когда мы мыли инструмент на улице, он во время разговора посоветовал мне серьёзно заняться немецким, ведь я дружу с Жаннетт, а общение с нею на её родном языке – хорошая практика для меня.

Рано утром пришёл наш чудаковатый водитель-калмык Артур и принёс кулёк с абрикосами. Мы подумали, что это Нине Левченко, к которой парень неровно дышит. А он протянул кулёк мне. Я начала отказываться, Артур положил гостиницу на крылечко и ушёл. Теперь девчонки шутят, что Артур скоро принесёт мне в кульке обручальное кольцо.

25 июля. Четверг. 22.03.

Сегодня все были готовы засыпать полы керамзитом, но привезли раствор. Мы взяли четыре с половиной ящика. Всё выработали до девяти вечера, хотя стены пошли узкие и тесные. Сегодня узнала, что мне предстоит участвовать от управления отделочных работ в спартакиаде строителей. Будет и кросс 500 метров. Главное – участие, однако нацеливаю себя на хороший результат.

28 июля. Воскресенье. 15.31.

Вчерашний день. Он начался для меня очень рано. Плохо спала, думала о предстоящих соревнованиях. Нина Левченко разбудила меня в шесть часов, и я, согреваясь бегом, отправилась в нашу столовую за утренним бутербродом для четверых. В соревнованиях ещё принимали участие Татьяна Шестакова с филологического факультета, Жаннетт и Андрей-подросток. Столовая находится рядом с объектом. Но в это время на стройке никого не было. Только мои шаги нарушали тишину. Обратное тоже бежала. Своеобразная разминка перед соревнованиями.

Нина привела нас к какому-то зданию, где собирались участники 17 спартакиады треста «Калмыкстрой». Нам выдали футболки с надписью «УОР» – управление отделочных работ, вручили флаги и транспаранты. Наше управление возглавляло колонну. Грянул духовой оркестр, и все бодро зашагали по площади Ленина, где возложили цветы к подножию памятника. Прохожие и водители машин останавливались, кричали «ура!», отовсюду слышались добрые слова поддержки. В эти минуты я чувствовала себя абсолютно счастливым человеком и гордилась тем, что мне предоставили право участвовать в спартакиаде, посвящённой открытию Всемирного фестиваля молодёжи и студентов в Москве. Мы с Жаннетт несли транспарант, на котором были начертаны слова: «От дружбы в спорте – к миру на земле». Для нас они были в чём-то символичны.

И вот стадион, небольшой, разбитый на секции. Защемило сердце, что же впереди? Вместе

с Татьяной сделали разминку, с нею нам предстояло защищать честь команды на состязаниях по многоборью.

Стометровку бежали вчетвером (1-я ступень). У меня оказалась сильная соперница, поэтому не удалось сразу вырваться вперёд. Последние метры бежали наравне. Один рывок, и позади финишная линия. Небольшая победа: я прибежала первой.

В длину я не прыгала больше года, только в школе сдавала на зачёт прыжки. «Главное, – успокаивала себя, – сильнее оттолкнуться». Три метра 50 см. – не так уж и много, однако для меня – не так уж и плохо. У Татьяны был такой же результат.

Оставалось метание гранаты и кросс. Перешли на другую сторону стадиона. Где-то рядом играла в волейбол Жаннетт и в городки – Андрей. Мы присели под раскидистыми деревьями, отдохали. Погода была не ахти, начиналась жара. Мои три попытки в метании гранаты особо не порадовали: 20 и 24 метра. На кросс идти не хотелось, усталость сковывала тело. Проведали Жаннетт, их команда выигрывала.

И вот кросс на 500 метров. Я оказалась пятой. «Надо, надо, – стучало в голове, – ведь есть ещё силы!» Да, они были. И вот я уже третья. Нет, больше мне никого не догнать. Свинцовой тяжестью наливаются ноги, их трудно поднять, передвигать. Руки. Одна надежда на руки. Отмашка. Финиш. Вот и всё. Пот застилает глаза, перехватывает дыхание. Но всё это – ерунда, главное – победа! Я прибежала снова первая.

Через несколько часов состоялось награждение. Наше управление заняло первое место, получили два кубка, подарки, почётные грамоты. Я была рада, что в общую победу вложена и частичка моего труда. А ещё поняла, что такое дружба и чувство коллективизма. Познакомилась с новыми людьми на спартакиаде и надеюсь, что мы будем переписываться.

5 августа. Понедельник. 22.11.

Утром тётя Лиза забрала меня «на полы». Девчонки штукатурили. Им стали набиваться в помощники работающие на этом же объекте «химики». Кому-то подносили ведра с раствором, кому-то помогали делать откосы. В общем, из-за «репортёрш» парализована вся стройка. Мы познакомились с некоторыми строителями – «химиками». Шаруди – кавказец. Он говорит девчонкам сплошные комплименты, готов достать для них с неба звезду. Калмык Мишка – бывший браконьер, его закрепили за нами – помогает распределять раствор. Немногословный, воспитанный, тоже рвётся в бой, чтобы хоть как-то облегчить нашу работу. Иван Иванович, дядька, который годится нам в отцы, просто даёт нам периодически ценные указания. Кстати, сегодня ходил радостный, в синем парадном костюмчике, угощал нас печеньем, ребят сигаретами, а мужиков – вином. Оказывается, сын прислал ему денежный перевод, и он устроил всем праздник.

Вчера Андрей и Витёк пригласили вечером на пруд ловить раков. После ужина быстренько попрыгали в машину Артура. С нами поехала Рита Лазутикова. На окраине Элисты в широком водоёме ребята стали ловить раков, а мы с Ритой гуляли вдоль берега. Вдали виднелась степь, пустая, холодная. Увидели птицу, одиноко стоящую на холме. Долго гадали, кто это. Журавль. До сих пор я наблюдала за этими птицами, когда они летели высоко в небе.

Посидели на берегу, разговорились. Многие узнала о Рите, и это нас сблизило.

Уезжали, когда солнце стало клониться к закату и гладь пруда стала нежно-розовой. Уже замигал разноцветными огнями домов город.

Пацаны высыпали из ведра раков, тёмно-зелёных, с огромными клешнями и длинными чёрными усами. Они шелестели в клеёнчатом пакете, создавая впечатление падающих капель дождя. Андрей показал ведро, где плескались небольшие окуньки и краснопёрки. Я взяла одну рыбку, решила показать девчонкам.

В отряде нас встретили шумно, все восторжались добычей. Ребята сварили раков в ведре, закипятив воду кипятильником. Потом мы все вместе их ели.

6 августа. Вторник. 23.07.

Во дворе шум, смех, музыка. Там хорошо, весело, а мне хочется спать. Устала. Раствор сегодня привезли рано. Тёти Лизы не было, наши «спиногрызики» Андрей и Витёк уехали в стройотряд «Буревестник», который работает неподалёку от Элисты. В общем, помощников осталось меньше. Заполнила ящики, потом попросила Мишку помочь залить полы. Оставалась одна большая комната и три куба раствора в запасе. Машину надо было возвращать обратно. Раствор загустел, керамзит вздувался неровными бугорками. Старалась не паниковать. Наконец-то появилась тётя Лиза, и мне стало спокойнее. Когда перетягивали тяжеленные шланги к окну, я со всего размаху врезалась в батарею, споткнувшись, ссадила коленку, больно ушибла палец на ноге. Было и смешно, и больно. Рядом стоял Иван Иванович и умиленно разводил руками.

После работы решили засыпать керамзитом пол в коридоре. У Вики заклинило выключатель машинки, с помощью которой затирали полы. Я хотела помочь, протянув руку к доске, наверное, нечаянно коснулась оголённого провода. Произшёл сильный хлопок, меня отбросило к стенке, острая боль пронзила в левой части тела. На некоторое время будто парализовало руку, пальцы не разгибались. Девчонки сказали, что я сильно побледнела. Ещё бы! А если бы напряжение было побольше?

Вёдра с раствором носила двумя указательными пальцами, как циркачка, так как на ладони выскочили волдыри с пятак – вышел заряд.

Нужно было равнять керамзит на полу. Добровольцев не нашлось. Забыв о болячках, всё сделала сама.

9 августа. Пятница. 22.51.

Завтра опять участвую в многоборье, выступаю за трест «Калмыкстрой», теперь уж одна. Поеду на стадион в половине десятого. Надо не подвести своих строителей. Только одно беспокоит – кросс 1000 метров, смогу ли пробежать в первых рядах?

10 августа. Суббота. 16.59.

Недавно приехала с соревнований. Утром на стадионе потихоньку стал собираться народ. Соревнования межведомственные, спортсменов – не протолкнуться, много молодёжи. Короткую дистанцию бежала во второй тройке. Уже с первых минут бега почувствовала, что мои соперницы слабоваты, я резко вырвалась вперёд. Перед самой финишной чертой споткнулась, но удержалась, хотя это отняло секунд пять. 16,7, конечно, – не моё время, могла бы и лучше, если учесть, что раньше бежала 14.00.

В сектор метания гранаты пошла одна. Было невыносимо жарко, хотелось пить, кружилась голова. Метала не очень, так как не могла нормально согнуть руку, но норматив выполнила. Быстренько пошла к западной трибуне, где сдавали гибание и разгибание рук в упоре, то, что я не люблю. И руки после штукатурных дел плохо слушались, болели. Отжалась раз десять. Потом была моя любимая стрельба. Отстрелялась.

11 августа. Воскресенье. 15.05.

Поднялась рано. Стараясь никого не беспокоить, тихонько собралась, поехала на стадион. Там ещё никого не было. Побродила по знакомым местам, посидела на трибуне. Дождалась начала состязаний. Стояла невыносимая жара. Кросс 1000 метров. Дали старт. Нужно было вырваться вперёд. Только вперёд! Бежала по первой дорожке. Мои соперницы остались далеко позади, но впереди ещё два круга, хватит ли сил? Болельщики выкрикивали моё имя, это придавало сил. Я победила!

Познакомилась с участниками соревнований. Тётя Тамара годится мне в матери. Она рассказала, что после автомобильной катастрофы долго восстанавливалась, получила инвалидность. Но не перестала заниматься спортом. Он «помог стать на ноги», не спасовать перед трудностями и не теряться, стать крепче морально. Мы обменялись адресами. Обязательно напишу ей из Воронежа.

Я хотела ухать в отряд, а мои «коллеги» по «Калмыкстрою» предложили остаться на закрытие спартакиады. Сидела на скамейке, смотрела вокруг и понимала, что будет очень жаль через две недели расставаться с этим милым городом. Здесь оставляю много друзей, частицу своей души. Нет, никогда не забуду своё первое самостоятельное трудовое лето, стройотряд «Репортёр», Элисту – тихий городок, «большую деревню», как называют наши ребята. Нет, нисколько не жалею, что приехала сюда. Пусть было трудно, пусть иногда всё хотелось бросить и уехать домой, но Калмыкия без преувеличения стала для нас вторым домом.

Закрытие спартакиады – волнительный момент. Мы шли стройными рядами, бросая счастливые взгляды. А потом участникам вручали призы, кубки и почётные грамоты. Наш трест «Калмыкстрой» занял третье место. И совсем не ожидала, что в числе победителей назовут и моё имя. Второе место! Мне вручили серебряную медаль и Почётную грамоту. Значит, всё было не напрасно. А ещё нам выдали талоны на питание в кафе «Лотос», куда мы и отправились на торжественный обед после закрытия спартакиады.

Вечером ездили в город с Ириной Мизиной, студенткой филологического факультета, с которой мы подружились в отряде. Сфотографировались на память в фотостудии, купили на рынке помидоры, а в магазинчике – арбузы. Решили один съесть прямо в парке. Сели на скамейку, моей железной расчёской распилили арбуз на дольки, с удовольствием ели. Оставался ещё большой кусок, его мы спрятали в сумку. Собрались уходить, и вовремя: к нам подошли два милиционера, поздоровались. Мы думали, нас будут ругать. Но мы с облегчением вздохнули, узнав в одном из стражей порядка знакомого парня Витю, с которым мы сидели за одним столиком во время встречи девчонок из «Репортёра» с курсантами школы милиции. Разговаривать было некогда, так как время приближалось к половине девятого. А в девять вечера калитку в наш двор закрывали на амбарный замок, чтобы жить в нашем лагере было спокойнее. Правда, девчонки умудрялись пробраться в корпус через окно, если задерживались на свиданиях с местными парнями.

13 августа. Вторник. 13.50.

Главное событие сегодняшнего дня – приезд «спиногрызиков». Андрей и Витёк приехали злые, уставшие, тёмные от загара. Андрей свалился прямо в раздевалке, так хотел спать. По-моему, эта неделя перевоспитания в другом отряде не пошла им на пользу. Слишком много они стали грубить. Но всё равно я по ним соскучилась.

Дописываю в 23.04.

Только что приехали с вокзала. Провожали Ирину Мизину. Ехали в автобусе всем скопом. Все удивлённо рассматривали девчонок в стройотрядовской форме. До отправления поезда оставалось полчаса. Стали кругом, пели песни, смеялись. Из вагонов высывались любопытные пассажиры, вокруг собралась толпа зевак.

Да, в ССО мы сблизились с Ириной, стали подругами, доверяли друг другу самое сокровенное. Теперь встретимся только в октябре, в ВГУ.

Утром проводила ещё одну подругу Жаннетт. Сейчас она в Киеве. Договорились, что буду приходить к ней в гости, в общежитие историков. Грустно, что через десять дней мы все покинем этот городок, ставший таким родным.

18 августа. Воскресенье. 19.07.

Сегодня у нас выходной. Ездили с девчонками в город. Ходила и прощалась со всем, что стало за

это время близким. В следующее воскресенье нам уже не гулять бесшабашно по городу. Уезжаем домой... Покидаем Элисту – город, с которым связаны многие интересные воспоминания. Как жаль, что не увижу знакомую улицу с нашим лагерем, дорогу на объект – ДСК, по которой, до невозможности уставшие, возвращались к себе в общежитие. Прощай, Элиста, прощай первое студенческое лето!

Скучно без Ирины и Жаннетт. Обычно в это время мы вместе, а сейчас

как-то пусто. Даже не верится, что встретимся уже в другой обстановке.

23 августа. Пятница. 22.24.

О вчерашнем дне. Приходила комиссия. Оценка за нашу работу – «тройка». Конечно, если сравнить нашу первую стенку в маленькой комнате и стенку в большом зале, то, наверное, никто не поверит, что это было сделано одними руками.

Сегодня утром приезжали корреспонденты калмыцкого радио. Мы собрались все вместе в штабе: делились впечатлениями о третьем трудовом семестре, пели песни. Опять ходили на объект: затирали полы, сдавали весь скруб. Весь день стояла плохая погода: хмурилось небо, дул сильный ветер. А в те минуты, когда уходили, прощались со стройкой, вдруг появилось солнце, будто специально, чтобы осталось в памяти всё самое светлое и доброе об Элисте. «Прощай, прощай, город, больше я никогда не увижу тебя!» Встретили Мишку, тётю Лизу, прораба Колю. Со всеми попрощались. Тётя Лиза, узнав, что я уезжаю на день раньше, сказала, что может купить мне билет на самолёт. Я поблагодарила её и отказалась.

В УОР мне вручили Почётную грамоту, подарили две книги за активное участие в жизни отряда и за участие в спортивных состязаниях.

Нас рассчитали. Получила 69 рублей 68 копеек. Сумма мизерная. Но это мои первые трудовые, если не считать гонораров за публикации в районной газете, которые получала с девятого класса.

25 августа. Воскресенье. 17.59.

Вчера был вечер прощания. Наши ребята всё здорово устроили. Вначале вывели нас на улицу. Завязали полотенцами глаза. Взявшись за руки, долго ходили по двору. Ничего не видя, ступали в ямы, на доски, крылечки. В темноте пробрались в комнату. Там «обмыли» значки ССО, устроили соревнования на лучший юмористический номер. Это просто чудо! Смеялись до упаду! Пели песни, веселились. Всё вокруг было заклеено плакатами с надписями: «Советскую милицию – в космос!», «Бембеич сказал, Бембеич сделал, но билеты не достал», «А на последнюю пяте-пятерочку куплю билет из Элисты!», «Не забуду тётю Лизу», «Спасибо любимому Артуру, что не разбил нас на машине». Любимые выражения: «поплещу», «об чём лай?», «ну, ясный пряник». «Осторожно, голодный «Репортёр» хуже крокодила!»

«Работа для нас – праздник, а в праздники мы не работаем», «Прощай, любимый Коля, ты мо-

жешь спать спокойно, мы тебе простили закрытие нарядов». «УОР, я тебя никогда не забуду, ты меня никогда не увидишь!», «До свиданья, ДСК, до свиданья, друг степей – калмык!»

ССО «Репортёр», «Буревестник», «Радар», гордость нашего отряда Славик.

Два месяца в Элисте были трудными, но интересными. Впечатления от первого трудового семестра в Калмыкии останутся в памяти навсегда...

2.

Другая стройка и другой «Репортёр» ждали меня летом 1986 года. Посёлок Красный Бобровского района Воронежской области – место нашей дислокации – на целых три года, да и на всю жизнь, станет для меня родным и близким. И это не возвышенные слова.

Тогда «Репортёром» руководил наш неугомонный и неутомимый однокурсник Рамазан Сайтханов. В отряд шёл тщательный отбор, и прежде всего, по психологической совместимости, хотя тогда мы особо не задумывались над этим понятием. Теперь ребят в «Репортёре» было больше, чем девочек. Они строили, мы – штукатурили.

По заведённому порядку, каждое утро собирались вместе на линейке, а каждый вечер на штабе командир и бригадиры обсуждали результаты работы своих команд. Спорили до хрипоты. КТУ – коэффициент трудового участия – влиял на конечный результат – зарплату. Мы старались реально оценить работу каждого бойца за день. Я возглавляла бригаду штукатуров. Конечно, оценить одинаково труд новичка и опытного отделочника нельзя. Но бывали ситуации, когда штукатурных дел мастера делали упор на качество, чтобы стены в коровнике выглядели ровненькими и красивыми, но не дотягивали до дневной нормы и выдавали меньше «квадратов». Как поступить в этом случае, мы и советовались с командиром. Выставленные баллы казались нам справедливыми, но у девочек порой они вызывали обиды и слёзы. Случалось это редко, тем не менее...

Жили в здании бывшей сельской школы. Здесь же была столовая с помещением для кухни. Помню, как во время пребывания в нашем отряде немцев из города Галле Рамазан пытался повесить амбарный замок на дверь кухни. Там в холодильнике хранились продукты, в том числе огромный ящик с маслом. По ночам вечно голодные немецкие студентки каждые пять минут открывали холодильник и беспощадно тыкали ножами в этот кусок. Делали себе целую дюжину бутербродов. Замок не означал запрет, просто командир отряда дал понять – порядок для всех должен быть одинаковым.

Рядом с корпусом в рядок установили ручной насос. Горячей и холодной водопроводной воды в посёлке, естественно, не было. Зато были колодцы. Оттуда мы и носили воду по очереди. Мылись в саду в сколоченной из досок кабинке. Вещи стирали тоже на свежем воздухе и развешивали.

вали на верёвках. В общем, у нас был настоящий полевой лагерь.

Вечером наш двор часто сотрясали звуки музыки. Мы любили дискотеки и даже разрешали потанцевать вместе с нами местной молодёжи. До сих пор в памяти картина: наш однокурсник Мишка Ермоленко, успевая грызть початок варёной кукурузы, что-то с воодушевлением и умным выражением лица рассказывает поселковским парням и девочкам. Как оратор на трибуне. А те, открыв рот, слушают его с огромным интересом. Сейчас грустно вспоминать те весёлые дни. Уже нет в живых Мишки и других моих однокурсников – Валеры Кривошеева, Володи Соловьёва, которого мы звали Вохой... Стройотряд нас породнил, поэтому боль от потери ещё острее...

За три года моего пребывания в «Репортёре» через отряд прошло много ребят, и не только с нашего факультета. Невозможно перечислить все имена. Но я всегда помню «своих», с кем пришлось «съесть не один пуд соли»: Рамазана Сайтханова, Юрика Давояна, Андрея Золотухина, в которого были влюблены все «репортёрши», Мехти Гусейнгулиева, нашего «боевого комиссара» Сашу Шабанова, Вику Лобода, всеми уважаемого Володю Грязнова, Витю Руденко, Эдика Боякова, Виталика Абрамова, Сашу Алиева, Олега Верёхина, Таню Дееву, нашего «Лукича» Серёжку Воробьёва, «Хохла» Сашку Шевченко, Анжелу Сазонову, Таню Славущкую, Лену Акиньшину, Сережу Кройчика, Лечи Аскирханова, наших «трудных» подростков – Сережу Пугачева, Илюшу Попова, Валентина Фурса...

Я думаю, и для них «Репортёр» стал важной вехой в жизни.

Из дневника. Стройотряд «Репортёр», 1988 год.

8 августа. 8.09. Георгиу-Деж – Бобров.

Вот и всё... Рванулась с насиженного места и полетела... Я стала задыхаться в городе. Хочу перемен.

Через несколько часов буду в отряде. Новые люди, новые заботы – новая и в то же время до боли знакомая жизнь ждёт меня.

Вечер. 22.06.

За один день перенеслась из одного мира в другой.

Оставался час до отправления автобуса по маршруту «Бобров–Красный». Зашла в здание автостанции, уселась на скамейку. Как это долго и изнурительно – ждать! Плакали рядом дети – грязные, голубоглазые, жалкие. Их старший братишка еле управлялся с ними, то шлёпал, то поднимал на худенькие руки. Жужжали и больно кусались мухи. Люди вбегали мокрые от дождя, стряхивая с себя холодные капли. На улице было серо, слякотно и уныло. И от этой скучной картины становилось грустно, а ещё посасывало под ложечкой от волнения. Я думала о встрече с моими «репортёрами». Так было всегда после разлуки – и волнение, и радость.

Обернувшись, заметила, что на меня смотрит парень кавказской внешности. Наверное, его смутила моя стройотрядовская форма. На платформу подали автобус – непонятно куда – без таблички и других опознавательных знаков. Я вышла на улицу, и тут меня окликнул тот самый парень:

– Вы из «Репортёра»?

– Да, – ответила как можно спокойно.

– А как Вас зовут? – допытывался незнакомец. Хотела ответить резко, но парень заспешил, опережая мой ответ:

– Я тоже из «Репортёра», меня зовут Рамазан.

– Рамазан? – удивилась я. – А меня Татьяна.

Выяснилось, что Рамазан – тоже студент журфака, с младшего курса, земляк нашего командира Рамазана Сайтханова. Он забрал мой чемодан и уже в автобусе продолжил разговор.

– Командира ещё нет, – сообщил Рамазан-второй, – вместо него Виталик Абрамов. А комиссаром вчера выбрали Хохла – Сашку Шевченко. Юристы тоже не приехали. Наших человек десять да тринадцать немцев.

– Немцев? – удивилась я. – А зачем их взяли в отряд?

– Рамазан сначала не соглашался, а потом решил, что будут кабачки с поля убирать. Одиннадцать девчонок и два парня...

«Вот это сюрприз! – подумала я, – меня на самом деле ждёт «интересная» жизнь!»

В лагере ещё издали заметила Али Сардара, студента-пакистанца, и Хохла.

– Привёз пополнение, – крикнул Рамазан-второй.

– О, ещё одна немка! – «пошутил» Али.

Меня встретили Виталик Абрамов и Серёжка Терехов.

– Ну, слава Богу, – воскликнул Виталик, – нам как раз повар нужен.

– Ты что, Виталик, только не кухня! – запротестовала я.

– Хотя бы раскумекаешь немкам, что к чему, а то они ни черта не соображают. Продукты привезли, всё есть.

Я зашла на кухню. Две немки, чёрненькая и беленькая, резали помидоры.

– Давайте помогу, – предложила девочкам и, взяв ведро, села на стульчике во дворе, стала чистить картошку.

Минут через десять появились немки, человек пять – высокие, плотного телосложения, хмурые, грязные, в замызганных спецовках. Поздоровались, познакомились.

– Меня зовут Петра, я – руководитель немецкой группы, – представилась полная девушка, похожая на Жаннетт – мою немецкую подружку с истфака.

Договорились готовить по очереди. Меня, конечно, напрягло, что буду жить в комнате одна с одиннадцатью немками, которые еле-еле калякают по-русски. После ужина помогала им мыть посуду, как-то сблизилась.

10 августа. Среда. 19.47.

С чего начать? В моём распоряжении 15 минут. В отряде – отдых. Только что поужинали – прямо во дворе на скамейках. Приехала долгожданная Акиньшина. С Ленкой, студенткой ПММ, мы штукатурили в прошлом году. Собираемся сходить в гости в семью нашего давнего знакомого, бывшего стройотрядовского водителя Серёги Сергачёва. Сегодня встретила его в гараже, куда нас случайно завезли с немками после работы в поле. Обрадовался.

Вчера утром проснулась очень рано, боялась проспаться подъём. На дворе – слякоть, идти никуда не хотелось, тем более, в поле «на кабачки». Решила остаться в корпусе и навести порядок. Ребята уехали на работу. Я убрала в корпусе, подметала, чистила, мыла. Потом помогла Петре и Зильке на кухне. Расспрашивали друг о друге, познакомились ближе. Тем более, в городе Галле, откуда наши немки, у меня остались три подружки – две Сюзанки и Бетина, с которыми мы познакомились через клуб интернациональной дружбы в «Пионерской правде» почти девять лет назад. Я знала о Галле по фотографиям и открыткам. И теперь мне казалось, что и наши немки не такие уж чужие.

Неожиданно приехал Рамазан-командир. Я не верила своим глазам! «Ну, что, обнимемся? – улыбнулся он. – Как ты?» «Собираюсь уехать», – пошутила я. «Ты что, Тань, работа для вас будет». Подарил мне значки и отдал свои очки от солнца: «Это тебе, не унывай!» Ах, сердце наше золотое, Рамазан, готов снять с себя последние очки и значки ради друзей!

Потом в отряд приехали две девчонки Вика и Света с исторического факультета. Общительная, компанейская Вика и немного застенчивая Света. Они будут сопровождать немцев во время экскурсий в Ленинграде и Москве. У меня сразу настроение поднялось после приезда Рамазана и этих девчонок. Всё не мне одной коротать время рядом с немками.

Вечером с нашими иностранками поехали в сауно – в соседнюю Морозовку. Машину подбрасывало на ухабах, колёса буксовали по грязи. А я вдыхала чистый деревенский воздух и думала о доме. И что меня занесло в такую даль? Ведь можно спокойно отдохнуть и в своём селе с изумительной природой и вселенской тишиной...

11 августа. Четверг. 10.11.

Сидим с Акиньшиной без дела. Рамазан нашёл нам работу, будем продолжать штукатурить коровник, подсобку. Но пока нет инструментов. Вчера утром немки не пригласили нас на завтрак. Себе достали ножи и тарелки. Мы втроём, Вика, Света и я, разогрели картошку, вскипятили чай.

С немками отправились в поле – на свёклу, куда-то далеко-далеко от Красного. Машина оставила нас у вспаханных рядов. Немки чуть-чуть повозились в земле, а потом уселись на краю поля, отказавшись работать. «Нам не нравится эта работа и вообще организация труда», – сказала Петра. «Вы

приехали в отряд, где нужно делать работу любую, понимаешь? – возразила я ей. – Вы все должны отработать свои 120 рублей, которые по договору вам выплатят в конце сезона. Эта работа не такая уж трудная, вы не видели другой, намного тяжелее». Им ничего невозможно было доказать. Может, они сделали вид, что совсем плохо понимают по-русски? Мы работали втроём. Пусть учатся работать, пусть знают, как надо работать. А то создаётся впечатление, что они приехали в отряд только покушать. Каждая идёт на кухню вечером и среди ночи и рыскает там, как голодный волк. «Подметают» всё, что есть в холодильнике, и жуют-жуют свои бутерброды.

Машина приехала за нами рано. До обеда оставался час. Виталик предложил нам убрать корпус. Я подошла к Петре. «Давай распределимся, – предложила, – и быстренько уберём в комнатах». «Мы не будем убирать, – заупрямилась Петра. – Ребята смеются над нами, мол, вы девушки, вы и убирайте. А мы не хотим». «Пойми, Петра, – старалась ей втолковать, – ребята не приедут сюда с дальнего объекта для того, чтобы убрать. Мы же – девушки, и для нас само собой разумеющееся – поддерживать чистоту».

В конце концов плюнула на всё и пошла подметать сама. Вика и Света – вслед за мной. Подошла Зильке и забрала у меня веник. Петра взяла ведро с водой. «Мне неприятно, – сказала Петра, – наши девчонки не привыкли к такому порядку. И я тоже не могу всё делать за них».

После работы приехал Игорь Лялин с какими-то ребятами и забрал Вику и Свету. А за нами приехала машина, которую так долго ждали, возмущаясь, немки. Мы поехали на пруд. Там немки устроили дикий пляж. Разделись и нагишом попрыгали в воду. Ребята по этому поводу отпустили кучу скабрезностей. А они без стеснения выходили из воды, нежились на берегу. Рыбаки и шофёр с удивлением смотрели на эту картину.

А вечером нам сказали, что немки голышом мылись у колодца. И что все старушки в посёлке возмущены этим до предела.

13 августа. Суббота. 22.36.

В доме нашего бывшего «репортёрского» шофёра Серёги Сергачёва я одна. Смотрю «Песню-88», одновременно пытаюсь что-то записать. Серёга с семьёй уехал в соседнее село на свадьбу, а мы с Ленкой весь день хозяйничаем. На огороде набрали арбузиков и вместе с Сашкой Алиевым с журфака умяли их за приятной беседой.

Странно, поистине странно жить в этом чужом доме где-то далеко от близких и чувствовать какое-то домашнее тепло, заботу со стороны хозяев, говорить обо всём, не путаясь и не теряясь.

Третий день мы ночуем у Сергачёвых, в доме, который в прошлом году штукатурили своими руками. Они отдали нам комнату. Простые, открытые и бесхитростные люди. Чувствую себя, как дома. Ребята в отряде завидуют нам.

В четверг начали штукатурить подсобку в коровнике. В помощники взяли Сашку Алиева с третьего курса. И я снова открыла для себя человека. Никогда бы не подумала, что у него такой прекрасный характер. Три года видела в университете, общежитии, на улице и не замечала. А сейчас будто бы новыми глазами посмотрела на него. Нам с ним легко, весело и не скучно.

Вчера и сегодня вместе с Сашкой работал немец Берндт. Утром посмотрел на мою работу – заштукатуренные стенки – и сказал по-русски: «Молодец! Отлично!» Работают они хорошо. Бегают с Сашкой, трудятся в поте лица. Наводят раствор, подносят нам тяжеленные ведра.

Кстати, второй немец, казах Герман, уже семь лет живёт в Германии, а по ночам, рассказывают ребята, разговаривает во сне по-русски.

Вчера ударно потрудились. Устали до чёртиков. Я, к тому же, простудила шею, открылся шейный радикулит. Не могу повернуть голову и наклониться. Утром работала с перевязанной шеей. Из глаз сыпались искры, так было больно, но я старалась сохранить прежний темп.

С немками стали жить дружнее. Приехали повар, доктор. Жизнь нормализуется.

15 августа. Понедельник. 22.14.

Сижу в лагере во дворе. Гремит музыка, слышится немецкая речь, приглушённый разговор местных у костра. Отряд отдыхает. День был очень трудный. Наверное, потому что во время выходного расслабились. Сегодня вышли на наружную сторону. Стены кривые, с вмятинами, уходит много раствора, поэтому Берндту и Сашке Алиеву приходится несладко. Утром вроде бы ходили весёлые, шутили, а концу дня их уже шатало. Да и понятно, без бетономешалки успевать за нами трудно. Работа адская, механическая, однообразная, выдержит не всякий.

Закрываю последнюю страницу дневника. Вечер... Костёр... Репортёровцы... Музыка. Мы вместе. Рядом.

19 августа. Пятница. 15.18. ж/вокзал, Бобров.

Вот и всё. Стучат поезда, спешат люди, колотится сердце... Как мучительно тянется время! Сижу на бордюре у вокзала и жду опаздывающий на 5 часов поезд «Павлодар-Киев». Единственный прямой транспорт до моей Палатовки и тот подвёл меня.

19.45. Поезд «Павлодар-Киев».

Домой, домой мчит меня поезд! Домой! Какая это радость – возвращаться домой! Я уже живу встречей с родными.

Итак, неделя, проведённая в «Репортёре». В воскресенье приехал Витя Руденко, вслед за ним – Володя Даньшин, студенты нашего факультета. С Витей обнялись и долго беседовали, рассказывая друг другу последние новости. Вечером вместе с Андрюшкой Золотухиным и Ленкой Акиньшиной пошли на дискотеку. Ленка танцевала с Андреем,

я – с Руденко. Володя Даньшин проходил практику в Грибановской редакции. Там меня помнят. Слушала Даньшина и будто бы на несколько минут перенеслась в Грибановку, в то время, когда мне было 18 лет.

На следующий день приехал Володя Грязнов. Я была очень рада встрече со своим однокурсником. Не скрывая улыбки, слушала его рассказ о брате, с которым он меня познакомил. «Я теперь начну блюсти твоё поведение!» – «пригрозил» Володя.

Рамазан вызвал меня на штаб. Рядом села заплаканная Петра. «Что случилось?» – спросила я. «Я у него во всём виновата, – указала она на Рамазана, – он никогда не скажет спасибо. Я для него собачка. Он так и сказал: «Женщина – друг человека!» Я расхохоталась. «Петра, Рамазан пошутил, поверь! Он хотел тебя развеселить».

На штабе Рамазан набросился на Петру и приказал уничтожить фотоплёнки: немки фотографировали наш деревянный туалет, рукомойники и другие «достопримечательности». В общем, со штаба Петра убежала в истерике. Её окружили немки, тоже плакали, успокаивали.

Андрей Золотухин решил провести у костра вечер знакомств. «Танюш, я приглашал немку к костру, они не захотели идти, ты ближе с ними знакома, позови их сюда».

Немки провели собрание, были явно не в духе. Я подошла к Ювонне, Шарлотте и Аннет, уговорила пойти к костру. Вначале разговор не клеился. Потом подошли другие немцы. Петра села рядом со мной, позвала на свободное место Берндта, но он присел рядом с Ленкой Акиньшиной, которой симпатизировал.

Мы рассказывали немцам об истории «Репортёра», задавали друг другу вопросы. После костра Андрей Золотухин проводил меня до дома Сергачёвых, и я спокойно уснула.

На следующий день попросила у хозяйки на полдник арбузик. В обед мы пошли с Ленкой за арбузом, отдали Сашке Алиеву и Берндту. Они ушли вперёд. Когда мы догнали их, они, смеясь, стали рассказывать: «Представляете, на нас набросились ребята, говорят, отдайте арбуз, еле отбились». За полдником съели тушёнку, которую принёс Берндт, и арбуз. Сидели за столом, сколоченным прямо в посадке. Тихо, прохладно и так хорошо вчетвером на свежем воздухе!

А вечером поссорились. Уговорили ребят сделать ещё один замес. Мы видели, что они очень устали, даже пожалели, что заставили, но... Сашка и Берндт ушли, не дождав нас. Утром тоже не разговаривали.

Мы перешли на торцевые стороны. Стены высоченные, не достать верхушки. Ребята поставили друг на друга несколько ящиков-телят, в которые закрывали маленьких телят. Я вскарабкалась на высоту, встала на ведро, чтобы достать незаштукатуренный кусок. Подо мной подломились доски, подбитые изнутри, и я завалилась, успев всё-таки уцепиться за крышу. Забыли в спешке о технике

безопасности! Ноги в ужасных синяках и ссадинах, больно ходить.

Последний день хотели сделать ударным, закончить работу. Но подвела погода. Накапывал дождь. Ребята нервничали. Я доштукатурила верхушки, когда ещё не было и семи вечера. Стояла на четырёх ящиках. Вверх забралась, а вот спуститься вниз оказалось сложнее. «Моя любовь, иди ко мне, – с улыбкой протянул руки Берндт. «Моя любовь на третьем курсе», – пошутила я. «Ты на третьем курсе, Таня?» – спросил Берндт. «Нет, на пятом». «О, Берндт, и ты, и она на пятом курсе. Вы подходите друг другу», – воскликнул Сашка. Берндт схватил меня за руки: «Прыгай, не бойся!» Я вцепилась ему в руки и, слава Богу, удачно приземлилась. Домой возвращались уставшие, но счастливые.

День расставания дался тяжело. Вроде бы и ждала момента, когда, наконец, отправлюсь домой. Но что-то не отпускало. Как будто частицу сердца я оставляла здесь – в нашем лагере с тяжё-

лыми полевыми условиями и дружной командой «репортёров». Утром все спали. Я старалась запомнить эту картину – рассвет с алеющей на востоке полоской, влажные от росы ромашки во дворе школы, уткнувшая в лапы нос дворняга и... тишина. Через час отряд проснётся и потечёт обычная, размеренная трудовая жизнь. Но уже без меня. Прощай, мой «Репортёр», я ещё долго буду объясняться тебе в любви...

Справка: Татьяна Карапетян (Стадникова), выпускница факультета журналистики ВГУ 1989 года. В настоящее время – начальник бюро выпуска газеты «Электросталь» Управления по корпоративным коммуникациям ОАО «Оскольский электрометаллургический комбинат»



EDITORIAL

V. Tulupov

Analytic Journalists Guild: Chronicle of Activity and Events 2

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

V. VershininDigital publishing as a new platform for experimental media modeling
(using iPad project Green Mars) 9

Abstract: This article examines the digital publishing, including the following topics: development of digital newspapers and magazines designed for viewing on digital devices; history of their origin; their evolution within the mass media system; options for the future development on regional media markets. It presents the features of digital publications within the experimental media-modeling process. The above topics are considered using the example of the digital application Green Mars. Green Mars is a project created by the students of Faculty of Philology (Tomsk State University) under the guidance of the author of the report.

Key words: media modeling, method of experiment, digital publishing, convergency, ipad.

A. GurkoThe use of objects of copyright and related rights in the activities of Internet
Radio and Internet TV 12

Abstract: The author is studying the actual problems of copyright and related rights in the activities of Internet Radio and Internet TV, the differences between wired and wireless broadcasting and Internet broadcasting in terms of Part 4 of the Civil Code; the possibility of applying of the rules governing the wired and wireless broadcasting, to broadcasting on the Internet, as well as ways to solve existing problems.

Key words: copyright, neighboring rights, the right and the internet, internet, internet radio, internet TV.

I. Parkhomenko

Artistic Platform of Different Types of Mass Media 16

Abstract: The article explores artistic means of expression and devices characteristic of various types of mass media through the prism of their interpenetration (convergence process).

Key words: artistic journalism, artistic expressive means, media, process of media convergence, media integration.

A. ChervakovBetween Oppositionality and Destructivity: Revisiting the Issue of Stating
Criteria of Social Responsibility for a Political Journalist 20

Abstract: the Article is devoted to the problem of differentiation of constructive criticism of the government, based on social responsibility of the media and critics, bearing destructive and irresponsible nature. The author formulates five requirements, compliance with which journalists – regardless of whether pro-government or opposition they are – demonstrate their commitment to high mission of journalism (promote the conservation and community development). The article also stresses that the state structures have the right to consider the position of the media in information interaction. However, the evaluation destructiveness of media activity if it is conducted in the framework of the law, should be the prerogative of no state agencies, but the journalist community.

Key words: social responsibility, social management, the media, public institutions, opposition, destructiveness, the journalistic community.

HISTORY OF JOURNALISM

E. TkachevaThe Russian emigration third wave`s history through the mirror of Russian
press published in New-York (based on the material of “The editors columns”
by S. Dovlatov in the newspaper “Novyi americanets”) 23

Abstract: The article analyzes “The editors columns” (1980-1982) written by Sergei Dovlatov and published in emigration newspaper “Novyi americanets” in New-York. Analyzing the subject and content of the texts, the author concludes that the columns form a single makrotekst that not only captured the history of Dovlatov’s creative search and creation of emigrant edition, but also became a true chronicle of the third wave of Russian emigration.

Key words: Sergei Dovlatov, “Novyi americanets”, column, text, themes, the third wave of Russian emigration.

ADVERTISING AND PR

A. Bogoyavlensky

The Khrushchevprop of the Thaw Period as the «Soviet Format» of Public Relations. Article 1. N. Khrushchev and his «isms» 31

Abstract: The article dwells on the politics of N. Khrushchev, it presents the situation that gave rise to the agitprop of the Thaw. It combined the modernized standpoints of Machiavellianism and those of the post-Byzantine geopolitical idea «Moscow is the third Rome».

Key words: Russia, USSR, N. Khrushchev, PR, Public Relations, agitprop, the Thaw, Stalin, D. Shepilov, N. Machiavelli

METHODOLOGICAL PART

T. Pavlova, L. Sandler

Linguoculturological Approach to Teaching a Major Language to Foreign Students 37

STUDENTS’ EXPERIENCE

A. Lihkacheva

The Russian Person Theme in F. M. Dostoevsky’s Publistics (Winter Sketches of Summer Impressions, Writer’s Diary) 41

Abstract: The article analyses the transformation of the Russian person image in F. M. Dostoevsky’s works. This transformation is influenced by the sociopolitical environment and the author’s views. The article compares this theme with that in Gogol’s works.

Key words: Russia, the Russian soul, artistic world of a painter, the Russian person theme, fiction, publicistic work, character, morals, feelings.

O. Mukhin

The Language of the Soviet Posters as a Means of Enriching Contemporary Outdoor Advertising 49

Abstract: The article provides conclusions on exploring the verbal part of the Soviet posters of the Thaw period, the Stagnation period and the contemporary epoch. The author provides some practical advice on the enriching contemporary outdoor advertising by means of using the verbal pattern of the Soviet posters.

Key words: social poster, commercial poster, morphological, syntactical, expressive language means, outdoor advertising, the Thaw epoch, the Stagnation period, contemporary epoch

CROSS-DISCIPLINARY

A. Akopov

The Consumer Society and the Society of the Spectacle Chuck Palahniuk’s Fight Club 53

Abstract: The article analyzes the ideas and themes of Chuck Palahniuk’s novel Fight Club: consumer society and the problem of gender identity, questions of personal and social freedom and consumerist dictatorship in the modern world, as well as Palahniuk’s views on the possible solutions to these problems. The article appeals to the concepts of consumerist society and the society of the spectacle by Jean Baudrillard and Guy Debord and describes the problem of perception, relationships and identity within these societies.

Key words: consumerism, consumer society, gender, identity, individualism, postmodernism, society of the spectacle, totalitarianism.



Summary of the Issue

DIGEST 58

ACADEMIC LIFE

T. Lebedeva

Medialinguistics: Yesterday, Today, Tomorrow 61

REPORTS 66

OUR COLLEAGUES' WORK 80