

ББК 76
А 38

**Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати**



АЛЬМАНАХ

Выпуск 3-4 (138-139)
2016

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
03.05.2016. Тираж 150 экз.

Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА

В. Тулугов

Региональные СМИ. Законодательное обеспечение
деятельности и проблемы развития 2

В НАЧАЛЕ НОМЕРА

С. Корконосенко

Не «корочки» ради 4

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

А. Тертычный

«Черные рецензенты»: достижение или анахронизм? 8

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

Е. Войтик

Процессы формирования спортивного медиатекста
в периодических изданиях XVIII в. 12

В. Тулугов

Историография и библиография пресс-дизайна 15

ЗАРУБЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

В. Сапунов

Дихотомия социалистических и неолиберальных идей
в СМИ Латинской Америки – поле битвы Аргентина 21

Я. Ходаева

Специфика пропаганды в условиях информационной войны
(на примере ситуации с Турцией) 24

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ

В. Колобов

«Кажется, твоё слово твёрдое...». Из писем А.Т. Прасолова
А. В. Жигулину (1963–1968) 28

ЭНЦИКЛОПЕДИЯ ВОРОНЕЖСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Профессия – литератор 32

Голос Рамони 34

За изобилие 36

МОЁ! 38

РЕКЛАМА И PR

Р. Дыкин

Институционализация PR и возникновение конструктивист-
ского подхода к социальным проблемам 40

Л. Федотова

Связи с общественностью – не словом единым 44

СООБЩЕНИЯ 52

НОВЫЕ КНИГИ 55

ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ 57



В. Тулунов

Региональные СМИ. Законодательное обеспечение деятельности и проблемы развития

Так назывались общественные слушания Общественной палаты Российской Федерации в Воронеже, в которых принял участие и Владимир Тулунов, представлявший факультет журналистики ВГУ и Гильдию аналитических журналистов. Ниже – его выступление.

«Наше мероприятие проходит в день закрытия медиафорума Общероссийского народного фронта «Правда и справедливость», где также одной из центральных была тема совершенствования системы поддержки независимых СМИ. Полагаю, что такой интерес общественности к проблеме закономерен, ибо независимые СМИ – главное средство обратной связи власти и общества. Без них все стороны гражданского диалога рискуют утратить «чувство реальности», перестать слышать друг друга. Кстати, напомню, что на прошлогоднем майском медиафоруме ОНР в Санкт-Петербурге Президент РФ, отвечая, кстати, на вопрос нашего коллеги Романа Прыткова из газеты «МОЁ!», четко обозначил свою позицию: «...Общество в целом заинтересовано в развитии независимого сегмента СМИ... И поэтому, конечно, нужно отработать такую систему поддержки, чтобы она распространялась на всех».

Возможно ли это? Ведь во многих случаях государственная поддержка массмедиа делает их зависимыми. А как сегодня выжить независимым СМИ?

Вот на только что завершившейся международной конференции Ассоциации распространителей печатной продукции ее президент Дмитрий Мартынов справедливо посетовал на то, что отрасль печатных СМИ все еще не относится к социально-значимым отраслям. И это лишь одна из макропроблем, требующих решений на государственном уровне. Перечислю и другие, касающиеся лишь печатных изданий:

- рост цен на бумагу и рост затрат на производство;
- высокие арендные ставки на помещения под офисы издательств, отсутствие льгот;

- снижение рекламных доходов на рынке печатных СМИ;

- ограничение участия иностранного капитала на рынке печатных СМИ;

- сокращение читательской аудитории традиционных СМИ.

А есть еще издательские проблемы, проблемы на подписном рынке, проблемы распространителей. Думается, именно их решением – (для того, чтобы в информационном поле могли создаваться и функционировать на равных с государственными общественные, частные и др. СМИ, а не заниматься мелочной опекой редакций, вмешиваясь в их политику) и должны заниматься отвечающие за региональную информационную политику. То есть создавать условия – правовые, экономические, идеологические – для развития региональных СМИ. Тогда и вопрос дотаций будет снят с повестки дня, и идея постепенного разгосударствления СМИ реализуется.

Конечно и органы власти вполне естественно считают неприемлемой ситуацию, при которой оказание поддержки СМИ может обернуться поддержкой усилий по продвижению узких интересов элитных групп или по расшатыванию государственных устоев в целом. Ведь у независимых СМИ, пользующихся высоким доверием граждан, огромный потенциал влияния на общественное мнение, а уровень ответственности далеко не всегда соответствует этому потенциалу.

В итоге власть, поддерживая СМИ, стремится и к осуществлению контроля над ними, что угрожает независимости и даже творческой самостоятельности редакций – со всеми вытекающими отсюда последствиями, и прежде всего, падением уровня доверия граждан к массмедиа.

Некоммерческое партнерство «Гильдия аналитических журналистов» ищет формы сотрудничества, и, думается, идея с грантами пока стала одной из эффективных форм. Вот уже третий год как нам выделяется государственная субсидия на распределение грантов между независимыми СМИ по темам, определенным правительством области. Грант – это творческое задание, которые журналисты выполняют абсолютно самостоятельно, не согласовывая ни с кем своих публикаций и руко-

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

водствуясь исключительно интересами своей аудитории. Это дает возможность творческого раскрепощения и ярких результатов. Повторюсь, в рамках обозначенной темы.

Например, в текущем году тема грантовой программы Гильдии – «Совершенствование освещения в СМИ проблем социально ориентированных НКО и социальных (благотворительных) проектов представителей реального сектора экономики (в том числе, по поддержке НКО)».

Что касается возможных злоупотреблений свободой слова, то мы наладили систему общественного контроля, суть которой в том, что все публикации, выходящие в рамках грантового задания, размещаются в группе Гильдии в социальной сети. Это дает возможность следить за тем, насколько добросовестно и ответственно, профессионально и этично подходят получатели грантов к выполнению своих творческих обязательств. Кстати, Гильдия объединяет журналистов самых разных взглядов, с самым разным опытом, поэтому тенденциозности в такой коллективной оценке нет.

Кроме того, для повышения уровня профессионализма, степени понимания общественно-политической, социально-экономической ситуации мы проводим различные публичные мероприятия, на которых обсуждаем весь спектр проблем наших массмедиа, в том числе и связанных с грантовой программой.

Конечно, формы поддержки независимых СМИ необходимо совершенствовать, искать и находить новые, но опыт ГАЖ – один из примеров сбалансированного подхода к государственной поддержке независимой прессы. И здесь необходимо отдать должное правительству, поддержавшему наш эксперимент, который, кстати, в столице замечен и отмечен как пример для подражания.

Р.С. Поскольку я выступал последним, то смог внимательно прослушать все выступления, на некоторые из которых захотелось оперативно откликнуться.

1. Порой мы ломимся в открытые двери: уже существуют разработанные концепция Союза жур-

налистов России «Судьба региональной прессы: проблемы господдержки, приватизации, взаимодействия СМИ и органов власти», а также концепция модернизации института журналистики Валерия Иваницкого и др.

2. Совершенно согласен с тезисом о том, что исчезновение с информационного поля СМИ – это поражение учредителей, владельцев и издателей. Это я – о закрытии «Молодого коммунара», которому через два года могло бы исполниться 100 лет, и журнала «Воронежский телеграф», история которого начиналась в XIX веке. «Пересечение информации» – не аргумент. Кто мешал реформировать издание, произвести редизайн, наконец, обновить редакцию, чтобы тот же «МК» был опять возвращен в молодежную среду?.. А «ВТ» вообще был очень популярен в культурной среде. Хотите издавать что-то новое? Пожалуйста. Но не за счет уже существующих брендов. Чтобы не «вместо», а «вместе».

3. Голосую и за предложение Ю. И. Таранцова осуществлять господдержку образовательным программам. Наш факультет одним из первых в России открыл и более десяти лет реализовывал годичную программу переподготовки «Журналистика» на базе высшего образования. Группа из 12-15 слушателей во время трех сессий (более 250 аудиторных часов) осваивали профессиональные дисциплины, защищали практико-ориентированные выпускные работы и получали дипломы государственного образца. Области это стоило около 200 тысяч рублей, но и в таком финансировании было отказано. Зато проводятся краткосрочные и дорогостоящие меди-афорумы...

4. Давно ратую за введение (хотя бы на факультативной основе) школьной дисциплины «Медиаобразование». Она была бы полезна и студентам вузов: ведь сегодня нет ни одного человека, который так или иначе не контактировал бы со средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации».

г. Воронеж



С. Корконосенко **Не «корочки» ради** Взгляд на факультет журналистики из журналистики

Постоянное внимание преподавателей журналистики к состоянию дел в своей отрасли образования объяснимо, как и регулярное разворачивание дискуссий на эту тему. Некоторое представление о тематике таких обсуждений мы попытались дать в недавней статье¹. Естественно напрашивается вопрос о том, как оценивают журналистское образование в сообществе профессионалов-практиков, в которое из университетов ежегодно вливаются новые силы. С некоторых пор ответ на этот вопрос не просто удовлетворяет академическое любопытство, но приобретает непосредственно производственную значимость. Согласно директивам правительства, работодатели начинают играть ведущую роль в определении тематики выпускных квалификационных работ обучающихся и составляют не менее половины государственных аттестационных комиссий; образовательные стандарты необходимо соотносить со стандартами профессиональными, которые формируются вне университетов; велика вероятность того, что скоро именно работодатели станут основными экспертами при составлении образовательных программ.

Свежий материал для наблюдений предоставил Лениздат.Ру – информационный портал медиасообщества Санкт-Петербурга, Ленобласти и Северо-Западного региона. В преддверии 70-летия журналистского образования в СПбГУ (2016) он разместил серию интервью с сотрудниками СМИ, среди которых большинство составляют выпускники нашего университета. Проект реализован на средства гранта Санкт-Петербурга. Пользуясь случаем, хочется поблагодарить грантодателей и исполнителей за красивую идею и большой труд. Из всего объема текстов интервью мы выберем высказывания журналистов о том, как они понимают профессию в ее актуальном состоянии и в этой связи – ка-

чество, проблемы и перспективы журналистского образования². Чтобы темы звучали отчетливее, материал дается с купюрами и в некоторой рекомпозиции.

Представим экспертов:

Светлана Агапитова – уполномоченный по правам ребенка в Санкт-Петербурге, выпускница факультета (1986), долгое время работала корреспондентом и ведущим на радио и телевидении. Кирилл Артеменко – главный редактор интернет-газеты «Бумага», выпускник факультета (2012). Максим Васюков – главный редактор газеты «Деловой Петербург», выпускник факультета (2005). Андрей Константинов – генеральный директор группы «АЖУР». Юлия Лилишенцева – бывший редактор портала «Полит.ру», выпускница факультета (2014). Андрей Радин – генеральный директор телекомпании ЛОТ, руководил несколькими крупными телекомпаниями, возглавлял комитет по печати правительства Ленобласти, выпускник факультета (1991).

Итак, проблемные темы.

Что ждет выпускника в сегодняшней журналистике?

Артеменко: Будущие журналисты должны более четко представлять себе реальный медийный ландшафт, который значительно и быстро меняется. И речь идет не только о России, так происходит во всем мире. От СМИ остается не сайт или журнал, а бренд. Умение выстраивать этот бренд, завоевывая доверие читателя, – что только и имеет ценность в медиа – то, что журналисту необходимо.

Эпоха, когда считалось, что журналист не должен обращать внимания на цифры, совершенно точно прошла. Все должны следить за тем, как аудитория реагирует на конкретный материал. Если вы главный редактор, вы должны интересоваться,

¹ Корконосенко С. Г. Преподаватель журналистики как предмет научной дискуссии // С. Г. Корконосенко // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : матер. 55-го междунар. форума (21–22 апреля 2016 г.) / [отв. ред. С. Г. Корконосенко]. – 2016. – № 2.

Об авторе: Корконосенко Сергей Григорьевич, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой теории журналистики и массовых коммуникаций Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ

² Использованы публикации: Светлана Агапитова : Журналистика – это образ жизни. – 2015. – 7 дек. – URL: <https://lenizdat.ru/articles/1135043/>; Максим Васюков : Получать образование нужно для себя, а не для работодателя. – 2015. – 8 дек. – URL: <https://lenizdat.ru/articles/1135056/>; Кирилл Артеменко : От СМИ сегодня остается только бренд. – 2015. – 9 дек. – URL: <https://lenizdat.ru/articles/1135087/>; Андрей Радин : Журналистика становится услугой. – 2015. – 21 дек. – URL: <https://lenizdat.ru/articles/1135393/>; ВШЖиМК держит курс на будущее. – 2015. – 30 дек. – URL: <http://lenizdat.ru/articles/1135618/>

насколько рентабельно ваше подразделение, то есть редакция. При балансе правильно выстроенных бизнес-процессов и хорошо отработываемых социальных функций может получаться жизнеспособное и полезное обществу медиа. Мне кажется, все это надо объяснять студенту на простых и ярких примерах.

Сейчас всем очевидно, в каком состоянии находится медиарынок. Очевидно и журналистам, которые не могут найти работу, и владельцам СМИ, которые несут убытки. Те, кто сегодня поступает на журфак, окончат его где-то в 2020 году. Может быть, к тому времени кризис пройдет. А за кризисом идет обновление.

Как ни странно, журналистское образование и журналистские навыки легко применимы в миллионе разных областей, от рекламы и пиара до бизнеса. Журналистика сейчас – не та область, где можно не имея солидного опыта и портфолио заработать деньги, которых хватит на приличную жизнь. Если вы только что приехали из другого города, странно предполагать, что вы найдете себе здесь работу, учитывая, что в Петербурге и так много безработных журналистов.

Васюков: Что делать выпускникам в непростое для журналистики время? Стараться хорошо работать. Есть мнение, что карьеру лучше начинать в каких-нибудь маленьких изданиях, но я с этим не согласен. Если вы хотите работать в определенном месте, нужно идти сразу туда. Устраиваться младшим стажером, выполнять, может быть, самую трудную, но интересную работу, чтобы вас заметили. Если есть желание, если вы чувствуете в себе какое-то предназначение, нужно постараться его реализовать. Конечно, ситуация на рынке довольно тяжелая, конкуренция велика. Но если вам интересна журналистика, то, конечно, нужно этим заниматься.

Радин: Сейчас зрителя ничем не удивить. Когда мы начинали, все было можно. С другой стороны, в мое время было всего три телеканала. А сейчас их много, можно в Интернете работать, где угодно. Если поставить задачу зарабатывать деньги в этой профессии, это очень сложно. А чтобы получить какую-то практику и навыки, возможностей много. Это тяжелая работа. Тяжелая физически и морально. И не совсем благодарная. Раньше в этой профессии можно было людям помогать, подлецов на чистую воду выводить и за правду бороться. Сейчас журналистика все больше становится обслугой. Но если кто-то решится – значит, он герой. А герои везде у нас почет.

Агапитова: Я люблю эту профессию. Своему второму курсу, на котором преподаю, я объясняю, что у них, с одной стороны, широкие возможности, с другой стороны, перед ними, безусловно, встанет выбор, говорить ли правду или поступиться своими принципами ради того, чтобы работать в редакции и зарабатывать деньги. Некоторые студенты говорят, что, если не смогут выразить свою точку зрения, будут писать о животных, о культу-

ре и так далее. Такой выбор у журналиста всегда остается, но сейчас стало больше альтернатив. Мне бы очень хотелось, чтобы студенты, которые учатся сейчас на факультете, не изменяли выбранной профессии.

Профильное образование и готовность к работе

Константинов: Студентам и выпускникам сейчас очень не хватает общей гуманитарной базы. Журналист тогда хороший журналист, когда он очень хорошо знает отечественную и мировую литературу и отечественную и мировую историю. Кроме того, хороший журналист должен отлично знать иностранный язык, а лучше бы не один. Потому что у каждого, кто знает иностранный язык, начинает по-другому работать голова. Вдобавок выпускники журфака довольно плохо знают законы, которые регулируют хотя бы практику СМИ. Несмотря на курс на импортозамещение, я бы обязательно приглашал иностранных журналистов, чтобы они рассказывали, как устроены и как работают СМИ в разных странах. Обязательно нужно знать, что и как делают твои коллеги. Студенты факультета журналистики со второго, с третьего курса начинают работать, и у них не остается времени для чтения книг, в том числе книг по специальности. А потом этого времени у них уже не будет.

Что касается всего остального, то журналистика сейчас, к сожалению, такой предмет, для которого не нужен диплом.

Артеменко: В журналистике «корочка» никому не нужна. Ни одна редакция никогда не попросит вас предоставить диплом журналиста. В первую очередь всем интересно, где вы работали. Когда нам приходят резюме, я, конечно, обращаю внимание на наличие высшего образования, но диплом именно журфака не принципиален. Важны опыт работы, грамотность человека, о чем он пишет. В редакции нашей газеты «Бумага» среди собственно журналистов примерно треть имеет образование в другой области. Если иметь в виду всех сотрудников, то около половины.

Лилишенцева: По работе я очень часто сталкивалась с тем, что приходили ребята, которые на «пятерки» окончили журфак, у них была практика. Но за четыре, пять, шесть лет учебы на журфаке они не научились писать. Получается парадоксальная ситуация: людей должны были научить писать, но по факту они этого не могут. Не хватает большей интегрированности практики с реальными условиями. Я думаю, если бы журфак плотнее сотрудничал с городскими СМИ и студенты часть учебного времени проводили бы в редакциях, а не писали гипотетические новости в лекционных залах, это бы очень сильно помогло.

Агапитова: В журналистику человек может прийти абсолютно в любом возрасте и с любой профессиональной подготовкой. Это должно быть некое озарение, когда появляется потребность писать, говорить, публиковать свои мысли. Обязательно ли

журналисту иметь соответствующее образование? Мне кажется, что нет. Сегодня среди работающих журналистов выпускники журфака не преобладают. Хотя журналистское образование дает достаточно широкий спектр знаний, в первую очередь филологической направленности, никто не мешает математику или физику стать журналистом.

Радин: Журналисту надо иметь высшее образование. Желательно гуманитарное. С каждым годом все чаще приходят студенты с вопиющей безграмотностью. Иногда они меня просто шокируют, в слове «ёжик» могут допустить пять ошибок. Когда я принимал людей на работу, на диплом я не смотрел. Учился человек на журфаке или нет, для меня не было важным. Важно, горит у него глаз или нет.

Васюков: Некоторые руководители деловых СМИ говорят, что они предпочитают иметь дело с выпускниками экономических вузов, а не журфаков. Честно говоря, принимая на работу новых сотрудников, мы вообще не обращаем внимания на диплом. Однако это совершенно не значит, что не надо получать высшее образование. Просто для работодателя абсолютно неважно, какая у вас «корочка». Гораздо важнее, что вы из себя представляете и какой у вас опыт. А если опыта нет, то важны ваши адекватность, энергия и готовность обучаться. Получать высшее образование нужно для себя, а не для работодателя. В нашей редакции работают совершенно разные люди, очень большое разнообразие дипломов, хотя факультет журналистики СПбГУ все-таки доминирует.

Насколько журналистское образование пригодилось в работе?

Агапитова: Многие предметы были чисто познавательными. Мы изучали, например, экономику сельского хозяйства, промышленность. Такие предметы всегда побуждали осознать, что журналист – это дилетант, который должен разбираться практически во всем. Понятно было, что не каждый мог на первых курсах сказать, в какой области он в дальнейшем будет работать. Пригодилась во многом история журналистики. Начиная работать на телевидении, мы все думаем, что можем изобрести передачу, которой раньше никогда не было. Когда я стала заниматься историей журналистики, выяснилось, что, в общем-то, все уже было. Не надо стремиться изобретать велосипед, есть много нового, которое хорошо забытое старое. Факультет журналистики Ленинградского государственного университета дал мне друзей, знакомых, преподавателей, которые сегодня являются моими коллегами по педагогической работе. Кроме того, мне нравится ощущать, что факультет, на который я решила поступить когда-то в детстве, есть в моей жизни и в зрелом возрасте.

Система преподавания на факультете поменялась. Стало больше общих дисциплин. Мне кажется, раньше мы были больше заточены на практическую часть. Семинары проходили на телевидении, за студентами были закреплены ре-

дакторы, которые давали хороший практический опыт. Сегодняшним студентам больше повезло в том, что у факультета есть хорошо оборудованная студия. В мое время она только начинала работать, а у предыдущих поколений такой возможности вообще не было. Люди, которые видят свою дальнейшую жизнь на телевидении, теперь обладают прекрасной возможностью практиковаться.

Радин: Что пригодилось потом в работе? Немногое. Тогда время было такое. Советская журналистика уже закончилась, а российская еще не началась. Учебный процесс еще не перестроили, и все, что было нужно, мы получали самостоятельно или слушали старших коллег. Но даже то, что они нам говорили, сильно отличалось от того, что давали в университете. У нас было мало практиков. Сейчас стало лучше. Я вижу, что на журфаке появляются люди, которые работают в профессии – в информационных агентствах, на телевидении, радио, в пиаре.

Мне факультет дал понимание того, что если чего-то очень хочется, то обязательно этого добьешься. Я благодарен преподавателям, которые даже в те годы находили силы и возможности разглядеть в студенте то, что он сам в себе не видел.

Артемченко: Для тех, кто действительно хочет стать журналистом, факультет – это отличное место. Я абсолютно не жалею, что окончил журфак. Первые пару лет студенту дают навыки ремесла: какие-то базовые вещи в журналистике, которые тем, кто не знаком с профессией, приходится объяснять. Жаль, что не очень хорошо учат писать новости в Интернете. Но сейчас эта проблема постепенно решается. Думаю, что такой предмет введут в программу. В этом году меня позвали читать семинары для студентов международной магистратуры. Там фокус абсолютно практический: как раз на том, как делать новости в Интернете. Что касается двух последних лет на журфаке, то, если вы хотите работать, учеба помехой не будет. Если преподаватель видит, что вы работаете, у вас не будет проблем. На сессии мне, конечно, выговаривали, но в итоге я без проблем все сдавал и шел дальше работать.

Мне кажется, журналистов обязательно нужно учить программированию, объяснять, как делать простейшие сайты, писать скрипты и верстать странички. Потому что медиа – это не только написание текстов. Это умение донести информацию до читателя в максимально удобном виде. Внятно рассказать историю доступными способами. А способов сейчас масса – это не только текст и фото. В базовом журналистском образовании как раз не хватает более широкого взгляда на то, как устроены медиа.

Васюков: Думаю, что журналистское образование мне пригодилось. Помогли знания, полученные на журфаке. Навыком конструирования новостного текста я овладел на занятиях. Кроме того, у меня появились какие-то общие представления о дизайне – как газет, так и сайтов. Полученные

знания сформировали мой кругозор. Во время учебы я ездил в Германию, где стажировался в немецком информационном агентстве DPA. Знакомство с настоящей журналистикой состоялось именно в студенческие годы.

До поступления на журфак я хотел быть журналистом. После окончания журфака тоже хотел быть журналистом, но уже имел какой-то опыт. Наверное, это говорит о том, что факультет со своей задачей справился. По крайней мере, я точно не был разочарован.

Приходится слышать, что образование уйдет в Интернет. Не думаю, что это произойдет. Маловероятно, что человеческое общение будет полностью исключено из сферы коммуникаций. Будущее журналистского образования, состоит, наверное, в том, чтобы еще больше приближаться к практике. Начинать работать с первого курса, а желательно еще и до поступления на факультет журналистики, чтобы понять, есть ли у вас склонность к этой довольно тяжелой работе.

♦♦♦

Трудно составить обобщающее резюме к этим суждениям: они заметно различаются между собой по углу зрения на поставленные вопросы, оценкам и предложениям. Тем не менее нельзя не заметить преобладающей тональности высказываний: факультет журналистики воспринимается с благодарностью, как памятная страница личной истории, но – в удалении от своей профессиональной биографии и сегодняшних производственных забот. Если до крайности заострить этот вывод, то получится, что в сознании профессионалов образование и реальная журналистика существуют в параллельных мирах. Преподавателям не надо разубеждать своих партнеров и доказывать обратное, надо признать как данность, что с этих позиций практики будут оценивать полезность университетской школы для производства, в том числе и в ходе экспертизы образовательных программ и выпускных работ.

г. Санкт-Петербург



А. Тертычный «Черные рецензенты»: достижение или анахронизм?

В последние годы одним из основных измерителей эффективности работы исследователей, преподавателей вузов (в том числе и обучающихся журналистов), становятся, как известно, статьи в рецензируемых научных журналах. Они учитываются при составлении различных рейтингов, индексов и пр. Соответственно, растет число желающих попасть на страницы таких изданий. Однако для этого, как известно, надо преодолеть барьер рецензирования. А барьер этот становится все более жестким. Но становится ли он более объективным? Этот вопрос, думаю, задают многие авторы (по крайней мере, не преодолевшие подобную преграду).

Объективность рецензирования, ясное дело, один из важнейших факторов, способствующих развитию научного знания. Если же такая объективность не достигается, то это может способствовать деградации научной сферы. Априори предполагается, что объективность оценки статей напрямую связана с квалификацией рецензентов и их беспристрастностью. Предполагается также, что и то, и другое, и третье проявляется в максимальной мере, если оценку статье выносит «черный» рецензент, который не знает ее автора и остается неизвестным ему.

Действительно ли «черное» рецензирование выступает залогом объективности оценки? В этом отношении существуют разные мнения. Если заглянуть в Интернет, где перманентно обсуждается этот вопрос, то здесь можно прочесть, например, следующее: «Разговоры российских (и не только) академических знакомых по поводу публикаций в рецензируемых международных журналах (предполагающих процедуру «слепого» рецензирования) немного напоминают байки студентов об экзаменаторах – будто бы те при приеме устных экзаменов очень сурово задают каверзные вопросы, а то и вовсе норовят «завалить» всех, кого ни попадя... Почему-то многие авторы убеждены в том, что рецензенты, во-первых, не склонны разбираться в сути рецензируемых работ, а, во-вторых, заранее настроены на то, чтобы, если не «завалить» рукописи под тем или иным предлогом, то навя-

зать авторам удовлетворение своих претензий at any cost. Споры нет, в академическом мире, как и везде, можно нарваться на очевидно неадекватные требования, но чаще приходится сталкиваться с другим – рецензенты (и я сам здесь не исключение) видят в аргументах авторов слабые стороны, пытаются порекомендовать тот или иной способ их улучшения. Иногда эти способы могут оказаться весьма трудоемкими и требующими от авторов немалых усилий. Но при этом возникает дилемма – объем требуемой рецензентом переделки работы может оказаться неоправданно велик... В целом же, хотя рецензии не всегда способны улучшить качество работ, они все же повышают барьеры на пути публикации плохих текстов – собственно, в этом и состоит их функция, пусть она и не всегда выполняется должным образом»¹.

Но, такого рода позитивные оценки деятельности рецензентов, – относительно редкое явление. По большей мере, в объективность отзывов рецензентов, судя по имеющимся данным, не верит большая часть людей (по крайней мере, достаточно большая их часть). И для этого есть основания. Вот что сообщает, например, другой пользователь глобальной сети: «Сегодня у меня состоялся интересный разговор с одним моим коллегой. Среди прочего обсуждали дела, связанные с публикациями. Я рассказал ему историю о том, как я получил отзыв «черных рецензентов» на мою статью, которую я послал в один международный журнал. Среди прочих замечаний было одно, откровенно меня позабавившее. Они просили дать статью на проверку носителю английского языка, неважный, мол, в этой статье английский. Приколно: ведь перед тем, как ее послать, я дал рукопись на проверку двум носителям языка и внес те небольшие исправления, которые они предложили. Видимо, в этом журнале такая практика ответов – как только видят фамилию и страну из которой прислана статья, то сразу же стандартно отвечают, что, мол, неважный английский...»².

Конечно, автору этого текста можно сказать, что язык – дело тонкое, независимо от того, английский он или русский, или еще какой-то другой. Возможно, что степень грамотности или вла-

Об авторе: Тертычный Александр Алексеевич – доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета.

¹ Ещё раз о черных рецензентах // <http://grey-dolphin.livejournal.com/402230.html>

² Вепесов Н. О tempora, о нравы! // <http://nikveresov.livejournal.com/415092.html>

дение научной терминологией теми носителями английского, к которым он обращался, оказались не на высоте, и рецензент мог вполне обоснованно попросить автора дополнительно проверить статью у того, кто знает английский на более высоком уровне. Показателен для нас другой случай, произошедший со статьей некоего профессора, о чем тот же автор сообщает далее: «Он послал свою статью на финском языке в финский журнал «Kasvatus» (Воспитание). И вот получил ответ от «черного» рецензента. Статью отвергли по двум причинам: (1) Плохой финский язык (рецензент так и написал, что автор статьи, видимо, иностранец и плохо владеет финским языком) и (2) автор статьи цитирует некоторые работы финского профессора Пентти Хаккарайнена, но не понимает идей Хаккарайнена. А теперь догадайтесь с одного раза, как зовут автора статьи в «Kasvatus»? Правильно, его зовут Пентти Хаккарайнен. Профессор Пентти Хаккарайнен. Такие вот дела ...». И, добавим, такая вот может быть объективность рецензирования.

Что касается незаинтересованности и беспристрастности «черных» рецензентов, то здесь тоже есть вопросы. Предполагается, что, если редакция не сообщает рецензенту, чью статью он оценивает, то это делает его беспристрастным и незаинтересованным. Поверить в это может только наивный человек. Ведь если рецензент действительно высококлассный специалист, то, во многих случаях, он с первой строки определит, кто ее автор (либо он очень слабый эксперт). Ибо настоящий специалист знает «авторский почерк», образ мысли практически всех более-менее известных специалистов в своей сфере, или, по крайней мере, проблематику, над которой они работают, принадлежность их к той или иной научной школе. Может узнать об авторе он и каким-то иным образом.

Конечно, будучи порядочным человеком, он будет судить о статье по существу. Но иногда, как говорится, нечто затмевает его разум. Что это может быть? Ну, например, нетерпимость к конкурирующей теории. Так получилось, что мне лично пришлось наблюдать борьбу двух известных теоретиков журналистики, у которых были разные взгляды на происхождение и предмет публицистики. Это была борьба не на жизнь, а на смерть, и не снившаяся гоголевским Ивану Ивановичу Ивану Никифоровичу! И длилась она до конца их жизни, на самых разных уровнях. Доставалось (и очень даже немало) и аспирантам этих теоретиков, в том числе, и на уровне «черного» рецензирования публикаций. А ведь люди они были не только выдающиеся, но самые что ни на есть порядочные.

Есть рецензенты, которые не пропускают статьи лишь по признаку каких-то идеологических разногласий с их авторами, «разнося» их в пух и прах (разумеется, так, чтобы не была видна истинная причина «разноса»). Здесь никакая «неизвестность автора» никак не поможет беспристрастности и объективности оценки. Это может быть и желание «притормозить» рецензируемую

статью, поскольку она опережает готовящуюся подобную публикацию «своего» аспиранта, которому надо быстрее выйти на защиту.

Если говорить об авторе статьи, то, при желании, и он может определить «черного» рецензента, вопреки «гарантиям», даваемым последнему редакцией. Причем «засвечивают» рецензентов не только при прохождении статей, но и в более серьезных случаях, например, когда речь идет о диссертациях. Вот что сообщает аудитории еще один осведомленный человек: «Со мной защищался проректор по АХЧ ГИТИСа, недоброжелателей у него было много, а кандидатская была, как это помягче сказать, уж совсем слабая. Ну назначили рецензента, ну дал он отрицательный отзыв, ну вышли потом на него, забрал рецензент свой отзыв обратно. Нет у нас в стране института независимого рецензирования»³.

«Черное» рецензирование, если оно вдруг проводится кем-то, не отягощенным «комплексами», типа, норм морали, может принести и еще один нежелательный результат. Ваши идеи могут элементарно стибрить! Можно не верить в подобные «байки». Но где гарантия того, что это невозможно? Когда не знаешь, кто занимался твоей рукописью, не можешь даже предположить, кто и как мог бы ею воспользоваться. Это подтверждает и личный опыт. Так, энное число лет назад, я, тогда еще молодой кандидат наук, передал рукопись своей статьи, размером более двух печатных листов, над которой работал более года, редактору научного журнала. Он направил ее неизвестному для меня рецензенту. Рецензент написал отрицательный отзыв. Шло время, я оставил затею со статьей, решив подготовить на ее основе книгу, и уже стал забывать о неудачной попытке опубликоваться. И вдруг, будучи в Ленинской библиотеке, случайно натыкаюсь на диссертацию, недавно защищенную в одном южном вузе (в то время, еще – советском), в которой, с огромным удивлением обнаруживаю, изложенную ранее в моей неопубликованной статье, концепцию. Правда, немного «расширенную и углубленную». Теперь ни о какой моей книге, разумеется, уже не могло быть и речи. Заинтересовавшись, естественно, тем, как это произошло, я предпринял определенные усилия и выяснил, кто был тот рецензент, который забраковал мою статью. Им, как ни странно, оказался хорошо знакомый мне работник нашего факультета, который был в курсе моих научных изысканий. Неприятное чувство, вызванное данным открытием, еще больше усилилось, когда выяснилось, что он давал негативные отзывы и на другие работы, с которыми потом происходили странные кульбиты (подобные тому, что случился с моей статьей). Не знаю, правда или нет, но кое-кто утверждал тогда, что «забракованные» статьи он пристраивал в «хорошие руки» и, очевидно, не безвозмездно. Незабвенный «товарищ Бендер» в этом случае, очевидно, вос-

³ Klinkunov N. D. Зачем нужен ВАК // <http://klinkunov-nd.livejournal.com/123144.html>

кликнул бы: «Кто скажет, что этого в принципе не может быть, пусть бросит в меня камень!».

Разумеется, в редакциях научных журналов знают об этой проблеме. Поэтому во всех обнаруженных нами в глобальной сети правилах рецензирования, принятых в разных редакциях, говорится примерно так: «Рецензентам не разрешается делать копии статей для своих нужд. Они не должны использовать знание о содержании работы до ее опубликования в своих собственных интересах»⁴. Очевидно, редакторы надеются на то, что все рецензенты будут обязательно руководствоваться этим грозным требованием и никогда не станут присваивать себе чужие идеи. Однако, на деле, невыполнение подобных предупреждений ничем не грозит рецензенту. И не только потому, что недобросовестного оценщика очень трудно поймать за руку. Ведь, надо иметь в виду и то, что согласно статье 146 УК РФ «Установливая факт присвоения авторства или незаконного использования объектов авторских и смежных прав, суды должны иметь в виду, что на идеи, методы, процессы, системы, способы, концепции, принципы, открытия авторское право не распространяется, а, следовательно, на них не распространяются и предусмотренные статьей 146 УК РФ средства уголовно-правовой защиты»⁵. Обвинение в плагиате, наказание за него, может последовать, согласно требованиям закона, только в том случае, если некто использовал форму изложения материала (в определении подобного обстоятельства, собственно говоря, лишь и может помочь система «Антиплагиат»). Но этот момент похитители чужих идей легко обходят.

Но, предположим, что всех негативных проявлений, возможных при «черном» рецензировании, не существует. И вот, независимый и компетентный рецензент пытается дать объективную оценку, направленной ему статьи. Может ли он ошибиться? Статья, как и любое явление, имеет определенные плюсы и минусы. Причем, то, что будет определено как плюсы, а что, как минусы, во многом зависит от самого рецензента, хотя в его распоряжении и есть некие критерии. Однако они достаточно неопределенны. Возьмем для примера такой из них как «актуальность работы». Что такое актуальность? Вряд ли кто сумеет дать неоспоримое, единое определение этого критерия. Каждый раз его можно толковать по-разному. Если понимать под нею востребованность знания в данный момент, то трудно определить ее границы. И потом, что не востребовано сегодня, может быть востребовано завтра. История науки содержит множество таких

примеров. Скажем, было ли актуальным для журналистики открытие радио? Отнюдь нет. В России оно рассматривалось как средство связи для войск. В Америке о нем поначалу вели речь как о средстве передачи на дом религиозных проповедей т. д.

Или «новизна» работы. В чем она состоит? Если есть явный повтор уже кем-то освещенного, говорить о новизне нет смысла. Но в подавляющем числе работ новизна обязательно присутствует. Только проявляться она может в разных аспектах работы. Что заметит рецензент, зависит от него. Подобное можно сказать и о других критериях работы. Таким образом, существует реальная основа для того, чтобы рецензент сказал, то ли, что «стакан наполовину полный», то ли, что «стакан наполовину пустой».

В большинстве случаев, следуя модному ныне тренду «ужесточения» рецензирования, «черный» рецензент выбирает второй вариант. Хотя некоторые апологеты высоких требований к научным статьям утверждают, что отечественные «черные» рецензенты все еще излишне благожелательны. А вот, мол, «если бы в нашей стране работал институт анонимного «слепого» рецензирования с привлечением международно признанных рецензентов, то многие журналы в социальных науках, вполне возможно, поменяли бы свой формат из-за резкого уменьшения числа публикуемых статей – из ежемесечных стали бы ежеквартальными, а из ежеквартальных и вовсе – ежегодниками. Впрочем, это было бы только к лучшему...»⁶.

В какой-то мере это так. Но уменьшение числа журналов неумолимо влечет за собой опасность снижения общего объема опубликованных новых идей, новых подходов (пусть и «не дотянутых» порой). Преднамеренное ужесточение требований наверняка приведет к тому, что у немалого числа исследователей «опустятся руки». А значит, многие «гадки утята» так и не станут «белыми лебедями». Оправдает ли, в таком случае, заветное «лучше меньше, да лучше» подобную потерю? Это вопрос. Надо учесть еще и то, что и в целом, судя по рейтингам РИНЦ, уже сейчас публикационная активность теоретиков журналистики заметно ниже, чем представителей других направлений социально гуманитарного знания. И как раз одной из причин этого является то, что «в России критически мало научных журналов, посвященных теории журналистики и средствам массовой информации. В каталоге Электронной библиотеки, по которой составляется рейтинг РИНЦ, зарегистрировано по отраслям науки: «Политика. Политические науки» – 1033 изданий, «Психология» – 1093, «Социология» – 1067, «История. Исторические науки – 1120», «Культура. Культурология», «Литература. Литературоведение» – 592, а в отрасли «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» – всего 214!»⁷.

⁶ Ещё раз о черных рецензентах // <http://grey-dolphin.livejournal.com/402230.html>

⁷ Демина И. Н. Сравнительные характеристики публикаци-

⁴ Правила, направления рецензирования и опубликования научных статей, поступающих в редакцию журнала «Науковедение» // https://www.google.ru/webhp?sourceid=chrome-instant&rlz=1C1LENN_enRU453RU454&naukovedenie.ru/?p=journal

⁵ Пленум Верховного Суда Российской Федерации. Постановление от 26 апреля 2007 г. N 14. «О практике рассмотрения судами уголовных дел о нарушении авторских, смежных, изобретательских и патентных прав, а также о незаконном использовании товарного знака».

А может быть, все-таки, стоит ориентироваться не на «ужесточение требований» к научным работам, а на создание механизма, в большей мере способствующего объективной оценке работы, возможности ее совершенствования, и исключающего «психологический удар» по честолюбию автора? На наш взгляд, такая возможность существует. И заключается она, как нам представляется, в том, чтобы добавить в схему рецензирования одно недостающее звено. Это звено можно обнаружить, если сравнить механизм оценки проступка подсудимого в суде с оценкой качеств рукописи, представленной в журнал. При судебном разборе проступка подсудимого осуществляется состязательный процесс оценки. Есть обвинитель (он ищет, доказывает негативные качества поступка). Есть защитник (адвокат), он ищет оправдания проступка. Есть судья, он рассматривает доводы одной и другой стороны и выносит вердикт. Процесс оценки статьи, в какой-то мере, тот же судебный процесс. Здесь, условно говоря, роль обвинителя играет «черный» рецензент, роль судьи – редактор. А вот третьего звена – «адвоката», который бы защищал статью,

нет (сам автор такую роль выполнить не может). Значит, нет состязательного процесса в оценке предмета. А ведь необходимость его подсказывается и самим характером научного познания мира, проявляющегося в борьбе разных позиций, разных теорий, разных аргументов. Иначе говоря, кажется, существует необходимость «научной адвокатуры». Да и окончательный вердикт статье (в особо трудных случаях), по предложению главного редактора журнала, могла бы выносить, после специального обсуждения ее в присутствии автора, та или иная профильная кафедра.

Возможно, данное предположение звучит фантастично. Но и видеть лишь в «черных» рецензентах «противоядие» от необъективности в оценке будущих публикаций, кажется анахронизмом. Конечно, если у читателей «Акцентов» есть нечто, более «здоровое», способствующее совершенствованию оценки научных статей, то почему бы далее не порассуждать и о нем на страницах журнала?

г. Москва

онной активности ученых социально – гуманитарного профиля : проблемы и решения / И. Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 4(8). – С. 144.



Е. Войтик

Процессы формирования спортивного медиатекста в периодических изданиях XVIII в.

Аннотация: в статье рассматривается проблематика появления первых текстов на спортивную тему в периодике XVIII в. Выявляются тенденции, которые характерны для разных видов медийного текста о спорте, определяется роль в этом процессе газет и журналов.

Ключевые слова: спорт, медиатекст, спортивная информация, периодические издания XVIII в.

Благодаря реформам Петра I, направленным на внедрение в российскую жизнь европейского образа жизни, произошли значительные изменения во внешней и внутренней политике, государственном строе, образовании, науке и культуре. Подобные преобразования коснулись и спорта, точнее, формирования особых отношений представителей высшего общества к физическим занятиям, упражнениям, досуговому забавам. Это отразилось и в печатных изданиях того времени.

Появившиеся в 1702 г. «Ведомости» почти не раскрывали увлечение россиян игровыми и спортивными забавами. Подобные сообщения (чаще всего краткие новости из-за рубежа) были редкими и случайными, а значит, «второстепенными». Первоначально «Ведомости» были аналогом рукописных «Вестей-Курантов», и основу их содержания, как и в былые времена, составляли переводы иностранных изданий. Сведений о России первоначально было немного, но благодаря распоряжению Петра I они стали постоянными и уже не терялись в потоке иностранных сообщений. Со временем в газете стали публиковаться официальные (доклады, отчеты) и иногда частные документы (письма, отдельные записи из журналов).

В 1730–1740-е гг. спортивная тема все чаще появляется в печати, но редко – в виде полноценных исторических и современных произведений на тему физического воспитания, охоты, рыбалки, конных игр, настольных игр и т. д.

Одним из первых упоминаний о спорте в прессе стала историческая информация, представленная одной строкой в «Месячных исторических, генеалогических и географических примечаниях»

в «Ведомостях» (1731 XVI ч.). Речь шла об Олимпийских Играх: «Сии Олимпиады были у Греков вместо исправного исчисления времени».

В конце 1730-х гг. началась активация темы «царской охоты» в столичных газетах. Охота считалась одним из ведущих развлечений царских династий, в XIX в. она становится одним из первых признанных видов спорта, распространенных среди представителей высшего общества. В частности, 1737 г. в «Санкт-Петербургских Ведомостях» появляются сообщения об увлечении охотой императрицы Анны Иоанновны. Первое из них датируется 12 мартом: «изволила Ея Императорское Величество, Всемилостившая наша Монархия, в Зимнем своем Императорском доме забавляться травлею диких зверей. При всем случае травили дикую свинью, которую, наконец Ея Императорское Величество собственноручно застрелил соизволила» [1]. 25 июля в газете можно было прочесть об одном из первых «официальных» состязаниях, предложенных императрицей: «Перед несколькими днями изволила Ея Императорское Величество быть на охоте, где несколько оленей убито. На прошлой неделе приказала Ея Императорское Величество при дворе учредить стреляние птиц, а награждение за оное состязание положила в золотых кольцах и алмазных перстнях» [2].

В 1740 г. в этом же издании сообщалось об одной из самых больших охот: Ея Императорское Величество, наша Всемилостивая Государыня, во время Высочайшего своего присутствия в Петергофе, для особливого удовольствия, как парфос ягтю затравить, так и собственноручно следующих зверей и птиц застрелил изволила: девять оленей, у которых по двадцать четыре, по восемнадцать, по четырнадцати отростков на рогах было; шестнадцать диких коз; четыре кабана; одного волка; триста семьдесят четыре зайца; шестьдесят восемь диких уток, шестнадцать больших морских птиц» [3].

В октябре 1741 г. в журнале «Примечание к Ведомостям» (специальном приложении к газете «Санкт-Петербургские ведомости») выходит статья немецкого ученого Г. В. Крафта (G.W. Krafft) «О сохранении здоровья», напечатанная на русском (перевод М. В. Ломоносова). Несмотря на то, что в основе ее анализ трех книг доктора Фридриха Гофмана, где давались медицинские рекомендации по принятию пищи, о пользе воды и развитию ума, в целом публикация раскрывала секреты соблюдения здорового образа жизни, что в настоящее время относится к одному из направлений спорта (реакционному).

Об авторе: Войтик Евгения Анатольевна, доцент кафедры телерадиожурналистики факультета журналистики Национального исследовательского Томского государственного университета.

В 1760–1770-х гг. в прессе печатаются первые объявления об открытии различных «спортивных» школ, предложений о частных уроках в обучении физическому искусству (фехтованию, верховой езде, танцам и др.). В «Санкт-Петербургских Ведомостях» в течение нескольких лет было напечатано несколько сообщений: «...прибывший из-за границы капитан Розенфельд, приглашал желающих обучаться фехтовальному искусству являться к нему на Моховую ул., в дом Щербакова» [4]. «Иосиф Дешамб, фламандский уроженец, бывший прежде сего в Парижской Королевской Академии фор-фехтером, а ныне находящийся в службе как при Шляхетном Инженерном кадетском корпусе, так и при новозаведенной при оном греческой гимназии по просьбе молодых благородных особ, состоящих из 25 чел., и с дозволения главной полиции завел здесь фехтовальное училище, в коем показаны будут основательные правила сей науки; желающее пользоваться учением оной благородное юношество приезжать имеет три раза в неделю, во вторник, четверг и субботу с 8 утра до обеда, а прочим молодым людям училище сие открыто также три раза в неделю» [5] и др.

В данный период нередко сообщения о проведении конских забав (устройство «каруселя»). В одном из номеров «Санкт-Петербургских Ведомостей» писалось: «16 июня 1767 г. был карусель перед зимним ее имп. велич. дворцом, в нарочно – выстроенном амфитеатре» – первое, что отмечается в этом сообщении; «четыре кадрили, – читаем мы далее, – были различны, каждая представляла нам народ свой в той степени, в которой старье и новые писатели упоминают их славнейшие ополчения. Кадрилия славянская представляла древность своего народа... Кадрилия римская изображала живо древнюю гордость и величество сих победителей. Кадрилия индийская и кадрили турецкая» [6].

В 1778 г. в газете появляются сообщения о проведении первых соревнований по фехтованию: «В каждое первое воскресенье всякого месяца имеет быть в зале Фишера собрание (соревнование), коего первое будет сего августа 19 дня, где охотники искусства своё показывать будут. Желающие быть зрителями через сие почётно к тому приглашаются» [7]. Проводил их швейцарец Фишер, приехавший в Россию в 1775 г.

В конце 1760–1780-х гг. первые сведения о спортивных забавах появляются и в российских сатирических журналах. Тематическую основу составляли сообщения о настольных играх: шашках, шахматах, бильярде, картах, которые, согласно первым классификациям XIX в., относились к спортивным «умственным» играм, правда, не требующим физической силы и ловкости. В частности, это хорошо прослеживается в различных журналах Н. И. Новикова. К примеру, в «Трутене» (1769) есть несколько эпизодов об игре бильярд. «Вчера проиграл на бильярде вашему знакомому, который меня к вам прислал» [8]. «Мы увидя, что Правосудие так хорошо играет, что проиграть никогда не может, и как я страстной охотник до бильярда, то боялся, чтобы и нас не обыграло, и для того из трактира вышел» [9].

Обращение к спортивной тематике прослеживается и в последующих новиковских изданиях. В 1778 г. в журнале «Утренний свет» в опубликован-

ном сочинении Платона «Первый Алкивиад или о человеческой природе» в диалоге Сократа с Алкивиадом, приводится значение борьбы как вида гимнастики:

«Сократ: А искусство борьбы не есть ли гимнастика?»

Алкивиад: Да.

Сократ: И так я сказал, что лучшее в искусстве борьбы, есть называемое превосходство гимнастически» [10].

В публикации «Фортуна велика, да ума мало» («Городская и деревенская библиотека» 1782. Ч. IV) говорится о пользе каруселей (конные игрища) через рассуждение главного героя: «Карусель будет служить пользою не одному мне, но и вам, препровождающим со мною несколько часов в оной, для выправления стана, и для движения, необходимо нужного для всякого человека» [11].

В «Детском чтении для сердца и разума» (1787) есть несколько упоминаний игры в шашки. К примеру, в произведении «Деревенские вечера» есть следующие строки: «Один небогатый дворянин, человек обходительный и добрый, который жил только в версте от Уединенного, довольно хорошо играл в шашки» [12]. «Тогда был час отдохновения. <...> Своемыслов, который на другом конце залы играл с соседним дворянином в шашки» [13]. В этом же издании в комментарии к одному из эпизодов нравоучительной сказки С. Ф. Жанлиса «Альфонс и Далинда, или Волшебство искусства и природы» в переводе Н. М. Карамзина, раскрывается секрет автомата играющего в шахматы: «В 1783 г. показывали сие автоматы в Париже. Автомат есть слово греческое, и значит: я готов». Господин Кемпель Венгерец сделал еще удивительнейшую куклу, которая со всякими играет в шашки. Все знатоки удивляются великому искусству сего механика» [14]. При понимании этого эпизода необходимо уточнить, что шахматные фигуры в то время называли шашками.

Новиков первым сделал удачную попытку использовать информацию о спортивных играх индустриально: в пункте 16 нравоучительных правилах «Истины» («Утренний свет», 1785) отношение женщины к мужчине сравнивается с шахматной игрой: «Искусившая в светском обращении женщина употребляет мужчин так, как искусный игрок в шахматы поступает со своими шашками: он ни за не принимается, чтоб в тоже время не обозреть и другую, которая могла бы принести ему более пользы» [15].

Он же – автор одного из первых научных текстов, посвященного спортивному вопросу, трактуемому широко. В частности, в «Прибавлении к Московским ведомостям» был напечатан первый научный материал о спорте. Это была третья глава «Отделение первое. О телесном или физическом воспитании» трактата «О воспитании и наставлении детей для распространения общепользных знаний и всеобщего благополучия». Что касается содержания самого трактата, то уже из названия видно, что это научный труд, посвященный детской педагогике, в котором автор, помимо общих педагогических, нравственных правил (как правильно питаться, какие напитки употреблять, как одеваться, как правильно вести себя в обществе, как относиться к религии) обращает внимание и на физическое

воспитание. Для примера приведем отрывок из главы: «От пятого до двенадцатого года надлежит допустить детей играть мячом и другими подобными сей играми, которые делают руки и ноги весьма гибкими, дают хорошее образование телу, приучают зрение к скорому и справедливому чувствованию и, наконец, доставляют всему телу полезное движение, если не употребляемы бывают чрез меру, то есть ежели не продолжают даже до усталости и ослабления. Борьба есть также изрядное упражнение, придающее особенно великую силу рукам и ногам. Однако должна она позволяема быть детям только в присутствии родителей либо учителей, для того что в противном случае дети весьма удобно могут вывихнуть члены друг другу или от шутки поссориться в самом деле, когда один другого уронит или ушибет. Все сии и подобные игры и телесные упражнения должны производимы быть на вольном воздухе, для того что сие не только возвышает и умножает пользу их для тела, но развеселяет дух и чрез то кладет основание тихих страстей» [16].

Еще один вид информации о спортивных увлечениях представлен Н. И. Новиковым в журнале «Экономический магазин, или Собрание всяких экономических известий, опытов, открытий, примечаний, наставлений, записок и советов, относящихся до земледелия, скотоводства, до садов и огородов, до лугов, лесов, прудов, разных продуктов, до деревенских строений, домашних лекарств, врачебных трав и до других всяких нужных и небесполезных городских и деревенским жителям вещей. В пользу российских домостроителей и других любопытных людей образом журнала издаваемый» (1780–1789). Это практические советы («замечания») по тем или иным видам хозяйственной деятельности. В рамках интересующей нас темы к ним можно отнести советы для «охотников до рыбной ловли» и «охотников до лошадей»: «О ловлении рыб удою» («Экономический магазин», 1780, т. IV, № 99); «О способе ловить рыбу руками» («Экономический магазин», 1783, т. XII, № 1). «Нечто до охотников до лошадей» («Экономический магазин», 1784, т. XX, № 79); «Некоторые замечания иностранных о рыбных ловлях, а особливо о ужении оных» («Экономический магазин», 1784, т. XX, № 94) и др.

Кроме того, спортивными забавами начали интересоваться и другие издания. В частности, в Санкт-Петербургском журнале «Новые ежемесячные сочинения» был опубликовано «Вадо-Хасово. Самоедская скачка. Получено из Архангельска» (1787, Ч. 12). Однако таких журналистских материалов единицы.

Итак, тема спорта в том или ином виде достаточно давно представлена в отечественной прессе. С начала XVIII в. и до 1770–1780-х гг. спортивная информация в периодике была на уровне отдельных слов, фраз, максимум 2–3 предложения внутри абзаца. И только в конце века, благодаря массово-

му появлению литературных (сатирических) журналов, тема «спорта», а точнее информация о физических занятиях, забавах, настольных играх, физическом (телесном) воспитании стала практически постоянной, особенно в журналах, издаваемых Н. И. Новиковым. Увеличился объем и самих сообщений: наблюдается переход от отдельных фрагментов в полноценные – рекламные, информационные – сообщения, разделы в публицистических текстах, главы в трактатах. Журналисты обратили внимание и на настольные («пассивные») игры: шахматы, бильярд, карты. В журналах стали печатать публицистические и научные материалы, исследующие суть тех или иных направлений спорта и физического воспитания. И последнее – очень важное уточнение: слово «спорт» в это время еще не было введено в лексический состав русского языка. Это произойдет лишь 1820-х годах.

2. Томск

Литература

1. Санкт-Петербургские Ведомости. – 1737. – 12 марта.
2. Санкт-Петербургские Ведомости. – 1737. – № 59. – 25 июля. Цит. по: Кутепов Н. И. Великокняжеская, царская и императорская охота на Руси. Царская и императорская охота на Руси – конец XVII и XVIII веков / Н. И. Кутепов. – Москва, 1902. – Т. 3. – С. 404.
3. Там же.
4. Санкт-Петербургские ведомости. – 1766. – № 40.
5. Санкт-Петербургские ведомости. – 1773. – № 86.
6. Санкт-Петербургские ведомости. – 1767. – № 40. Цит. по: Очерки по истории физической культуры / [под ред. В. Н. Петрова]. – Вып. 1. – Москва, 1938. – С. 165.
7. Санкт-Петербургские Ведомости. – 1778. Цит. по: Первые учителя фехтования в России. – URL: http://www.fencingfuture.org/cntnt/rus/fehtovanie/rus_history/n6.html
8. Трутень Лист X. – 30 июня.
9. Трутень Лист XXXIV. – 15 дек.
10. Первый Алкивиад или о человеческой природе // Утренний свет. – 1778. – Ч. 2. – С. 124.
11. Фортуна велика, да ума мало // Городская и деревенская библиотека. – 1782. – Ч. IV. – С. 354.
12. Деревенские вечера // Детское чтение для сердца и разума. – Москва, 1787. – Т. IX. – С. 19.
13. Деревенские вечера // Детское чтение для сердца и разума. – Москва, 1787. – Т. XI. – С. 15.
14. Жанлис С. Ф. Альфонс и Далинда, или Волшебство искусства и природы / С. Ф. Жанлис // Детское чтение для сердца и разума. – Москва, 1787. – Т. XI. – С. 135.
15. Истины // Утренний свет. – Москва, 1785. – Ч. 4. – С. 186–187.
16. Новиков Н. И. Избранное / Н. И. Новиков. – Москва, 1983. – URL: http://az.lib.ru/n/novikow_n_i/text_1783_o_vospitanii.shtml



В. Тулунов

Историография и библиография пресс-дизайна

Аннотация: в статье рассматриваются истоки и развитие теории отечественного пресс-дизайна.

Ключевые слова: техника газеты, верстка, производство и оформление периодических изданий, композиционно-графическое моделирование, дизайн, медиадизайн.

Историографические обзоры научной литературы полезны как начинающим, так и опытным исследователям, постоянно возвращающимся к истокам процессов или явлений. Думается, и данный историографический обзор литературы по газетно-журнальному дизайну будет интересен и современным практикам, разрабатывающим структурно-графические концепции конвергентных СМИ, и исследователям медиадизайна, обязанным показывать степень научной изученности темы и корректно ссылаться на первоисточники, на труды предшественников. Разумеется, историографический и библиографический обзор литературы по дизайну будет актуальным для всех видов журналистского образования.

Итак, отечественная теория газетного оформления складывалась на протяжении всего прошлого века, приобретая достаточно зримые очертания в 1970-х годы. Мы говорим о «московской школе», которая начиналась с учебника В. Попова и С. Гуревича «Производство и оформление газеты» [1], первую часть которого составил полиграфический раздел, вышедший из «Общего курса полиграфии» [2] 1934-го года.

В 1960-е гг. А. Киселев опубликовал ряд статей, посвященных теории и практике оформления периодических изданий, и в частности – идее композиционно-графического моделирования [3], развитую затем и им самим, и его учениками – О. Цыгановым, С. Галкиным, Е. Фастовцом, И. Табашниковым, В. Бакшиным, защитившими первые отечественные кандидатские диссертации по оформлению газеты [4]. А. Киселев и его последователи, опираясь на работы, посвященные производству и оформлению газеты – С. Срединского, М. Дмитриева, П. Керженцева, В. Павлова, А. Гарри, Е. Толкачева, Г. Волчека, Б. Вяземского, М. Урлауба, К. Цыпленкова и др. [5], всесторонне

обосновали эффективность применения метода моделирования при оформлении и выпуске периодических изданий [6]. Затем данное направление журналистской науки было продолжено в других работах, подготовленных или проходивших апробацию на кафедре техники газетного дела и средств массовой информации МГУ [7].

Авторы самых первых «учебников газетного дела» советского времени уже ставили вопрос о необходимости систематизирования сообщений по отделам; указывали на то, что для каждого из отделов нужно найти особое место на полосе и в газете; давали рекомендации по тому, какого объема должны быть материалы в зависимости от их характера и темы; предлагали варианты подачи крупных статей. С. Срединский, в частности, писал: «На первый взгляд покажется удивительным, что отзывы «плохая» газета, «скучная» газета часто основываются не на плохих статьях или скучной хронике, но на дурной «верстке»...». И далее: «В «хорошей», «интересной» газете... все «как на ладони». Едва успеешь взять газету в руки – все знаешь. Самая важная новость так и режет глаза.

Менее важные сообщения также бросаются в глаза своими заголовками. Газета непроизвольно притягивает внимание. Все это делает верстка» [8]. Один из первых исследователей оформления российских газет, формулируя рекомендации по тому, как композиционно размещать заголовки, каким шрифтом их набирать, а также как размещать подзаголовки, заключает: «...установив известную систему верстки, следует ее постоянно придерживаться. Это помогает читателю сразу находить в газете то, что его интересует» [9].

П. Керженцев также ратовал за научную организацию труда в редакции и типографии, за планирование как содержания, так и внешнего вида газет, за необходимость изучения запросов читателей с учетом их интересов [10]. В 1920-е гг. выходило немало статей и пособий, описывающих зарубежный опыт оформления газет. Так, В. Павлов и А. Гарри пишут в своей книге, что в качестве источников и литературы положили «ряд трудов американских теоретиков и практиков журнализма» [11]. Высокий уровень научной организации труда в ряде американских газет, новейшая по тем временам полиграфическая база, и как следствие – оригинальные графические концепции изданий, – всё это, естественно, не могло не привлечь внимание советских оформителей, работавших в условиях разоренного типографского хозяй-

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

ства. Практикам газетного дела в то время помогли и статьи в «Журналисте», рассказывавшие об американской верстке – в их числе перевод двух глав из книги Д. Бастиана, являвшейся руководством по газетной технике в ряде американских университетов (перевод сопровождался предисловием С. Срединского) [12].

В 1930-е гг. практики газетного дела пришли к идее создания форм-стандартов (у современных исследователей и практиков оформления – макеты-стандарты). Когда сегодня, различая уровни моделирования, мы говорим об описательной и физической моделях, то ясно представляем себе, что физическая модель – высший из двух указанных уровней моделирования. И это качество она приобретает во многом за счет наличия макетов-стандартов, по которым верстаются полосы. Вот что писал журналист «Вечерней Москвы» А. Деев в 1931 году: «Новаторство не исключает стандарта. Чтобы создать интересную полосу, надо поставить перед собой определенную цель, знать, какой газета должна быть завтра...» [13]. Газета заинтересована в самом быстром и определенном воздействии передаваемой информации, стремится к наиболее полному комментированию. Читатель же – и это доказано социологами – лучше воспринимает многозначные сообщения. Перед журналистами встают задачи: писать просто, но не упрощать, решать задачи «выразительные», но не изобразительные.

Журналистский труд носит производственно-творческий характер, и сегодня как никогда оптимизируется творческая функциональность журналистов, устанавливается более четкая система управления (менеджмент в журналистике), расширяется «арсенал познавательно-информационных средств» (от диктофона до скайпа), улучшается организация работы секретариата. Одним словом, содержание, оформление, весь выпуск газеты (журнала, радио- или телепередачи) рассматривается в системе, имеющей конвергентный характер. И в истории уже имели место прецеденты, когда, к примеру, газету рассматривали как целостную динамичную систему, когда тенденция оформления выражалась «в сознательном стремлении к разработке методов оформления массовой продукции самыми экономичными и целесообразными полиграфическими средствами», когда для дизайнеров было характерно повышенное внимание «к выражению особенностей изданий различного типа, прекрасное знание издательского дела и типографского дела, фотографии и фотомонтажа, яркая агитационно-пропагандистская направленность» [14]. Имеются в виду 1920-е – начало 30-х гг. – время расцвета конструктивизма, который оказал заметное влияние на мировую дизайнерскую культуру. Конструктивизм – стиль, проповедовавший лаконичность, рациональность, новаторство форм, создаваемых ограниченными средствами и дающих экономию времени и труда плюс большую выразительность, охватил в те годы архитектуру и поэзию, кино и театр, фо-

тографию и дизайн, рекламную графику и оформление книг, журналов, газет.

Идеи конструктивизма, начиная с 1970-х гг., стали переживать своеобразный ренессанс, что можно объяснить так: «В известный период определенные формы употребляются широко, потом их вытесняют другие, и они отступают на задний план или вообще исчезают, а впоследствии снова возвращаются в практику, хотя и в измененном виде. Это относится прежде всего к жанрам, но и в известной степени и к другим выразительным формам: графическому оформлению, тону изложения, стилю, словарю, иллюстрациям и т. д.» [15]. Подобные явления объясняются цикличностью развития журналистских приемов, происходящего в виде диалектической формы «спиралевидного восходящего развития» [16].

Итак, конструктивизм, являвшийся «выражением... повышенного внимания к технико-организационным вопросам» (из Декларации конструктивистов 1924 года), имеет несомненное продолжение в современной журналистской практике – в упомянутом выше единстве содержания, оформления, всего выпуска газеты. Очевидно, что все лучшее, чем располагал конструктивизм, в большей степени проявилось в архитектуре, но также и в графическом дизайне. Именно оформители, по мнению левовцев, наиболее близко подтягивались к декларируемому теоретическому пределу: подчинение всех видов искусства задаче производственной – «украшению быта». Понимая сегодня ограниченность крайних теоретических претензий («идеология технического делячества», преувеличение роли техники и др.), мы не можем не оценить взгляд конструктивистов на газету не только как чисто литературную форму, но и как своеобразную конструкцию. Показательна тирада литератора Ю. Тынянова: «Факт быта оживает своей конструктивной стороной. Мы не безразличны к монтажке газеты и журнала. Журнал может быть по материалу хорош, и все же мы можем его оценить как бездарный по конструкции, по монтажке, и потому осудить как журнал» [17].

Конструктивисты пропагандировали оформление печатных изданий исключительно средствами полиграфии, вводили принцип минимальности затрат и максимума целесообразности (при выпуске той же газеты), но, отстаивая новое в оформлении, в порыве запальчивости были излишне прямолинейны. К счастью, не всегда теоретические ошибки проявляются в практической работе. Уже в 1928 г. левовцы В. Маяковский и А. Родченко выступили «против апологетики факта, против сведения творческих задач к утилитарно-производственным функциям» [18]. И творчество А. Родченко, Л. Лисицкого, С. Телингатера, А. Гана как оформителей печатных изданий говорит само за себя – их разработки методов оформления, повышающих «полезное действие предмета», до сих пор представляют большой практический и эстетический интерес (идея системного проектирования

в искусстве книги во многом сходна с идеей композиционно-графического моделирования в газете).

Этапной для отечественной теории и практики газетного дизайна стало коллективное издание «Рабочей книги редактора районной газеты» [19], в одном из разделов которой были обобщены самые современные методы и приемы организации работы редакции, в том числе по оформлению и выпуску изданий. Эта книга, изданная тиражом 25 000 экземпляров, стала настольным справочным изданием всех местных газет СССР. Неудивительно, что когда в начале 1990-х гг. компьютерные технологии пришли в медиаотрасль, их вскоре с легкостью освоила вся страна – работники секретариатов, опираясь на мощную теоретическую и методическую базу [20], создавали фирменные стили своих изданий. По сути, они занялись процессом, который из модного, но факультативного превратился в необходимый и обязательный: ведь без созданного стиля, введенного в память компьютера, невозможно создать ни одного файла верстки.

Переход на рыночные отношения потребовал новых подходов к организации редакционной деятельности, где дизайн, а также реклама стали рассматриваться в качестве важнейших аспектов маркетинга и менеджмента и в качестве одного из типоформирующих признаков изданий [21]. Здесь также следует назвать целый ряд научных трудов, посвященных изучению типологии СМИ [22], на которые также опирались исследователи оформления периодических изданий [23].

В связи со стремительно меняющейся предпечатной техникой возникла острая необходимость в обновлении учебного материала и поиска новых аспектов научных исследований, связанных с компьютерными и интернет-технологиями. Так появилась книга В. Ситникова «Техника и технология СМИ. Печать, радио, телевидение» [24], охватившая период от возникновения письменности до информационно-компьютерной эпохи. Автор познакомил читателей с современным аппаратным редакционно-издательским оборудованием и программным обеспечением, изложил базовые технологии, применяющиеся в полиграфии, объяснил необходимость учета важнейших полиграфических параметров конкретного издания еще на стадии допечатной подготовки, рассказал о возможности хранения и передачи информации, используя различные цифровые носители и каналы связи. При этом структура данного учебного издания была приближена к последовательной схеме производства печатных СМИ: допечатные, формные, печатные и послепечатные процессы.

Современные тенденции дизайна периодических изданий нашли отражение в учебном пособии «Дизайн периодических изданий», в котором, как и в следующем кафедральном издании «Дизайн газет и журналов» [25], особое внимание было уделено дизайну журналов – этой, как было сказано в одной из аннотаций «падчерице теоретиков оформления, десятилетиями изучавших только газеты».

Параллельно исследованиям техники газетного дела с начала 1970-х гг. плодотворно развивалось фотожурналистское направление [26].

Следует сказать, что в те годы еще в нескольких университетах ученые углубленно изучали различные аспекты медиадизайна: в Ленинграде это были О. Калинин, А. Кулаков, В. Никитин, А. Пирожков, в Минске – А. Балаш, в Киеве – Б. Черныков, во Львове – Ю. Шаповал, в Вильнюсе – В. Юодакис, в Риге – С. Дауговиш, в Тбилиси – А. Мамасаклиси [27]. Затем появились и другие центры изучения дизайна в СМИ – Владивосток, Воронеж, Краснодар, Свердловск, Томск, Тюмень, Уфа [28].

Теория медиадизайна продолжает развиваться [29] с учетом различных аспектов и тенденций современного пресс-дизайна [30].

Современные дизайнеры работают как с традиционными бумажными изданиями, так и с онлайн-СМИ, среди которых выделяются *онлайновые версии традиционных СМИ* («визитка», «калька», «часть информационного цикла»), *самостоятельные онлайн-СМИ традиционной модели*, *СМИ-блоги*, *СМИ с опорой на UGC-контент*, *коллекторы*, *псевдоСМИ*. В сотрудничестве с программистами они находят новые возможности, предоставляемые современными носителями и типами мультимедийной информации (интернет, айфон, мобильный телефон и др.). В сотрудничестве с журналистами они создают новые жанры и формы подачи контента [31].

Сегодня важно суммировать и описывать новые формы организации контента, выделяя жанровые образования новых текстовых, мультимедийных и синтетических медиа (мультимедийной статьи, видеоиллюстрации, видеосюжеты, интерактивное видео, подкасты, онлайн-трансляции; различные виды упаковки мультимедийного контента: фотолента, слайдшоу, аудиослайдшоу, статичная и сложносоставная, интерактивная инфографика и др.), в том числе и специальные жанры для социальных сетей [32].

Оформители-практики уже учитывают выделяемые учеными современные тенденции медиадизайна. Например, при производстве газет отмечают: более активное применение различных форматов, что связано с появившейся возможностью печати небольших тиражей в малых типографиях (оперативная полиграфия); увеличение объемов изданий при уменьшении периодичности выхода; развитие контента за счет рекламно-справочной и бизнес-информации; снижение среднего объема публикаций; усложнение структуры публикации за счет дополнения (развития) основного текста дополнениями в виде справок, комментариев и т. п., иллюстраций, развитого заголовочного комплекса, композиционных и графических средств ориентирования; персонификация публикации (авторская подпись имеет развернутый вид, сопровождается портретом и краткими биографическими данными); визуализации, выражаемая в увеличении количества иллюстраций и площади, отдаваемой под них, в разнообразии жанров

и специальных приемов изобразительной журналистики, а также в многоцветии печатных полос.

Таким образом, отечественная теория газетно-журнального оформления, выросшая из практических пособий, учебников газетного дела, продолжает поворачиваться современной практикой, и ученые занимаются поисковыми исследованиями, находя новые, неизвестные ранее аспекты медиадизайна, расширяющие наше знание о его прежних свойствах [33].

2. Воронеж

Примечания

1. Попов В. В. Производство и оформление газеты / В. В. Попов, С. М. Гуревич. – Москва, 1967; Попов В. В. Производство и оформление газеты / В. В. Попов, С. М. Гуревич. – Москва, 1977.

2. Попов В. В. Общий курс полиграфии. Техника полиграфического производства / В. В. Попов. – М.-Л., 1934 (переиздания: 1947, 1954, 1966 гг.).

3. Киселев А. П. Из опыта оформления газет за рубежом / А. П. Киселев // Вестник МГУ. Сер. ХI. Журналистика. – Москва, 1969. – № 6; его же: О некоторых тенденциях в современном оформлении газет / А. П. Киселев // Вестник МГУ. Сер. ХI. Журналистика. – Москва, 1968. – № 1; его же: Новая техника – новые требования / А. П. Киселев // Журналист. Учебная газета факультета журналистики МГУ, 28 ноября 1972 г.

4. Бакшин В. В. Тип газеты и ее оформление : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / В. В. Бакшин. – Москва, 1976; Галкин С. И. Проблемы планирования и НОТ в редакции газеты : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / С. И. Галкин. – Москва, 1973; Киселев А. П. На пути к комплексному изучению оформления периодики / А. П. Киселев. // Художественно-техническое оформление периодических изданий. – Москва, 1980; его же: От содержания к форме. Основные понятия и термины газетного оформления / А. П. Киселев. – Москва, 1975; Табашников И. Н. Композиция и графика областной газеты / Проблемы и опыт моделирования : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / И. Н. Табашников. – Москва, 1975; Фастовец Е. В. Газетная графика : структура, функции и принципы моделирования : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Е. В. Фастовец. – Москва, 1973; Цыганов О. В. Графика советской газеты. Основные тенденции верстки и оформления : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / О. В. Цыганов. – Москва, 1972.

5. Волчек Г. Иллюстрация в газете / Г. Волчек. – Москва, 1950; Вяземский Б. Техническое оформление газеты / Б. Вяземский. – Москва, Урлауб. – М.-Л., 1933; Л.-М., 1934. Дмитриев М. И. Техника газеты / М. И. Дмитриев. – Харьков, 1928; Керженцев П. М. Газета. Ее организация и техника / П. М. Керженцев. – Москва, 1919; Павлов Вл. Как нужно делать газету / Вл. Павлов, А. Гарри. – Москва, 1928; Срединский С. Н. Основы газетного дела / С. Н. Срединский. – Петроград, 1918; Толкачев Е. В. О техническом оформлении газеты. Заметки выпускающего / Е. В. Толкачев. – Москва, 1956; Цыпленков К. М. Лицо газеты / К. М. Цыпленков. – Москва, 1963.

6. Бакшин В. В. Оформление газет разного типа / В. В. Бакшин. – Москва, 1981; Газетное оформление. Теория и практика моделирования : сб. статей / [под ред. С. И. Галкина]. – Москва, 1988; Галкин С. И. Оформление газеты и журнала : от элемента к системе / С. И. Галкин. – Москва, 1984; его же: Уроки макети-

рования газеты / С. И. Галкин. – Москва, 1987; его же: Уроки моделирования газеты / С. И. Галкин. – Москва, 1987; его же: Художественное конструирование газет и журналов / С. И. Галкин. – Москва, 2005; Киселев А. П. История оформления русской газеты (1702-1917 гг.) / А. П. Киселев. – Москва, 1990; его же: От содержания – к форме / А. П. Киселев. – Москва, 1974; Оформление газет и журналов за рубежом / [под ред. А. П. Киселёва]. – Москва, 1978; Оформление периодических изданий / [под ред. А. П. Киселёва]. – Москва, 1981; Табашников И. Н. Газета делается по модели / И. Н. Табашников // Теория и опыт композиционно-графического моделирования. – Москва, 1980; его же: Газета и дизайн. – Тюмень, 1994; Фастовец Е. По типовым макетам / Е. Фастовец // Журналист, 1981. – № 1; Художественно-техническое оформление периодических изданий. – М., 1980; Цыганов О. В. Режиссура газетного номера / О. В. Цыганов. – Москва, 1968 и др.

7. Васильев С. Л. Средства и способы ориентирования читателя в содержании периодических изданий : дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / С. Л. Васильев. – Москва, 1985; Волкова В. В. Реклама в газете : системный дизайн, структура и композиция : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / В. В. Волкова. – Москва, 1997; Пугачев В. В. Структура газеты, еженедельника : взаимосвязь текста и оформления : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / В. В. Пугачев. – Москва, 1989; Тулугов В. В. Оформление молодежной газеты. Теория и практика (на материале областных газет РСФСР) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / В. В. Тулугов. – Москва, 1982 и др.

8. Срединский С. Н. Указ. соч. – С. 8.

9. Там же. – С. 47.

10. Керженцев П. М. Газета. Организация и техника газетного дела / П. М. Керженцев. – М.-Л., 1925; его же статьи в «Журналисте», 1923. – № 3–7.

11. Павлов В. Указ. соч. – С. 3.

12. Журналист, 1927. – № 1. – С. 20–26. И в дальнейшем зарубежный опыт постоянно плодотворно изучался отечественными исследователями газетно-журнального оформления. См. например: Брингхерст Р. Основы стиля в типографике / Р. Брингхерст. – Москва, 2006; Георгиев Д. Архитектура на вестника / Д. Георгиев. – 2-е перераб. и доп. изд. – София, 1971; его же: Режиссура на вестника / Д. Георгиев. – София, 1972; его же: Георгиев Д. Режиссура газеты / Д. Георгиев. – Москва, 1979; его же: Реклама във вестник и списание / Д. Георгиев. – София, 1976; Click J. W., Baird R. N. Magazine Editing and Production: Wn. C. Brown Publishers. – 1990; Copperud R., Nelson R. Editing the News. Dubuque, Iowa. – 1983; Garsia M. Contemporary newspaper design a structural approach. New Jersey; Radics V., Ritter A. Make-Up and Typography. Prague, 1984; The best of newspaper design. Hong Kong, 1988, 1991, 1994; Рудер Э. Типографика / Э. Рудер. – Москва, 1982; Уайт Я. Редактируем дизайн / Я. Уайт. – Москва, 2011; Феличи Д. Типографика : шрифт, верстка, дизайн / Д. Феличи. – Санкт-Петербург, 2014; Фрост К. Дизайн газет и журналов / К. Фрост. – Москва, 2008; Харроуэр Т. Настольная книга газетного дизайнера / Т. Харроуэр. – Воронеж, 1999; Хатт А. Искусство оформления газеты / А. Хатт // Советская печать, 1957. – № 5; его же: Об искусстве оформления газеты / А. Хатт // Советская печать, 1965. – № 4 и др.

13. «Вечерняя Москва» делается так // Журналист, 1931. – № 34. – С. 10.

14. Ляхов В. Н. Оформление советской книги / В. Н. Ляхов. – Москва, 1966. – С. 32.

15. Георгиев Д. Режиссура газеты / Д. Георгиев. – Москва, 1979. – С. 32.

16. Так, дизайн отечественных газет от вполне объяснимо-го минимализма 1920-х гг. перешёл к «украшательству» 1930-х гг., затем – в годы войны – опять же вынужденно (экономия цветных металлов не давала возможности использовать в большом количестве клише) вернулся к минимализму формы, и, наконец, – через «декоративизм» 1950-х гг. – уже осознанно пришёл к простоте дизайнерских решений, к идее композиционно-графического моделирования и программирования.

17. Архаисты и новаторы. – Ленинград, 1929. – С. 26.

18. Волков-Ланнит Л. Александр Родченко рисует, фотографирует, спорит / Л. Волков-Ланнит. – Москва, 1968. – С. 80.

19. Рабочая книга редактора районной газеты / Опыт, методики, рекомендации / [под ред. Я. Н. Засурского]. – Москва, 1988.

20. См. также работы по научной организации труда: Гребнев А. В. Как делается газета / А. В. Гребнев. – Москва, 1967; Гуревич С. М. Номер газеты / С. М. Гуревич. – Москва, 1977; 2002; его же: Основы научной организации журналистского труда / С. М. Гуревич. – Москва, 1987; его же: Экономика средств массовой информации / С. М. Гуревич. – Москва, 1999; Планирование работы в редакции. – Москва, 1979; Проблемы научной организации журналистского труда. – Москва, 1974; Цукасов С. В. В штабе газеты / С. В. Цукасов // Секретариат редакции : традиции, опыт, проблемы. – Москва, 1976; его же: Время зрелости / С. В. Цукасов. – Москва, 1979; его же: Научные основы организации работы редакции газеты / С. В. Цукасов. – Москва, 1977; его же: Эффективность прессы: журналист, редакция, читатель / С. В. Цукасов. – Москва, 1986.

21. Волкова В. В. Дизайн рекламы / В. В. Волкова. – Москва, 1999; Гуревич С. М. Газета и рынок: как добиться успеха / С. М. Гуревич. – Москва, 1994; его же: Экономика средств массовой информации / С. М. Гуревич. – Москва, 1999; Тулупов В. В. Российская пресса : дизайн, реклама, типология / В. В. Тулупов. – Воронеж, 1996; его же: Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты / В. В. Тулупов. – Воронеж, 2000; его же: Газета : маркетинг, дизайн, реклама / В. В. Тулупов. – Воронеж, 2001.

22. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий / А. И. Акопов. – Иркутск, 1985; Бочаров А. Г. Основные принципы типологии современных журналов / А. Г. Бочаров // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика, 1973. – № 3; Западов Л. В. Тип издания как научная как научная проблема и практическое понятие / Л. В. Западов // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика, 1979. – № 2; Корнилов Е. А. Типология периодической печати. Основные понятия и категории / Е. А. Корнилов // Типология периодических изданий. – Ростов-на-Дону, 1984; Методика типологического анализа периодической печати / [под ред. Д. А. Вороновой, Л. Л. Реснянской, И. А. Руденко]. – Москва, 1995; Реснянская Л. Л. Типологическая структура общероссийских газетных изданий / Л. Л. Реснянская // Типология периодической печати. – Москва, 2007; Типология периодических изданий / [под ред. Я. Н. Засурского]. – Москва, 1995; Типология периодической печати / [под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянский]. – Москва, 2007.

23. Газанджиев С. Г. Современный еженедельник. Становление и классификация / С. Г. Газанджиев // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 1986. – № 6; Лазаревич Э. А. Тип журнала и его дизайн / Э. А. Лазаревич // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2008. – № 2.

24. Ситников В. П. Техника и технология СМИ. Печать, радио, телевидение / В. П. Ситников. – Москва, 2002.

25. Волкова В. В. Дизайн газеты и журнала / В. В. Волкова, С. Г. Газанджиев, С. И. Галкин, В. П. Ситников. – Москва, 2003;

Дизайн периодических изданий / [под ред. Э. А. Лазаревич]. – Москва, 2001; 2004.

26. Акчурин Д. Г. Документализм и изобразительно-выразительные средства фотожурналистики : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Д. Г. Акчурин. – Москва, 1985; Бальтерманц И. Д. Специфика содержания и формы фотожурналистики : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / И. Д. Бальтерманц. – Москва, 1976; ее же: Специфика содержания и формы фотожурналистики / И. Д. Бальтерманц. – Москва, 1981; Вартапов А. С. Образные ресурсы фотопублицистики : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. докт. филол. наук / А. С. Вартапов. – Москва, 1989; Ворон Н. И. Жанры советской фотожурналистики / Н. И. Ворон. – Москва, 1991; его же: Становление жанров советской фотожурналистики : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Н. И. Ворон. – Москва, 1976; Головкин Б. Н. Искусство пресс-фотографии : Очерк истории, теории и практики / Б. Н. Головкин. – Москва, 1990; его же: Фотожурналистика / Б. Н. Головкин. – Москва, 1993; его же: Фотожурналистика в системе средств массовой информации и пропаганды в период между XXIV и XXV съездами КПСС : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Б. Н. Головкин. – Москва, 1979; Дудников В. М. Журналистская фотография как средство пропагандистского воздействия на массовую аудиторию / В. М. Дудников. – Москва, 1987; Козаченко Н. А. Фотография как средство познания действительности / Н. А. Козаченко // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – Москва, 1990. – № 4; Стахов М. Т. Техника фотожурналистики / М. Т. Стахов. – Москва, 1983.

27. Балаш А. В. Техника оформления газетной полосы / А. В. Балаш. – Минск, 1977; Дауговиш С. Н. Фотоэстетика и журналистика / С. Н. Дауговиш. – Рига, 1988; Калинин О. В. Постоянные разделы – в основу тематической модели газет и журналов / О. В. Калинин // Проблемы журналистики. Вып. 9. Теория и практика печати. – Ленинград, 1977; Кулаков А. Н. Моделирование районной газеты / А. Н. Кулаков. – Ленинград, 1982; Мамасахлиси А. Некоторые вопросы художественной специфики фотожурналистики / А. Мамасахлиси. – Тбилиси, 1971; Никитин В. А. Фотоочерк в советской прессе (Становление жанра, вопросы теории и журналистского мастерства) : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / В. А. Никитин. – Ленинград, 1985; Пирожков А. Н. Фотомонтаж в советской прессе (Некоторые вопросы теории жанра и публицистического мастерства) : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / А. Н. Пирожков. – Москва, 1980; Черняков Б. И. Фотография в изобразительной журналистике : генезис технических и творческих возможностей / Б. И. Черняков. – Киев, 1996; Шаповал Ю. Г. Изображение и слово в журналистике / Ю. Г. Шаповал. – Львов, 1985; его же: Изобразительная журналистика / Ю. Г. Шаповал. Львов, 1988; его же: Изобразительные средства фото- и тележурналистики / Ю. Г. Шаповал. – Львов, 1986; Юодакис В. Очерки по истории фотографии в Литве до 1940 г. / В. Юодакис. – Вильнюс, 1973.

28. Бакшин В. В. Типологические характеристики еженедельника / В. В. Бакшин. – Владивосток, 1984; Васильев С. Л. Ориентирование читателей в информационном пространстве газеты и журнала / С. Л. Васильев. – Тюмень, 2006; его же: Удобочитаемость газеты / С. Л. Васильев. – Краснодар, 1999; его же: Удобочитаемость газеты и журнала / С. Л. Васильев. – Воронеж, 2010; Мандрика Ю. Л. Газетный дизайн / Ю. Л. Мандрика. – Красноярск, 1990; Мясников Ю. Н. Моделирование и проектирование периодики региона (функционально-матричный подход) / Ю. Н. Мясников // Журналистика в поиске модели развития. – Томск, 2006; его же: Новые реалии моделирования и проектиро-

вания периодики региона / Ю. Н. Мясников // СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды. – Москва, 2008; его же: Комплексное моделирование и автоматическое макетирование местных газет / Ю. Н. Мясников. – Томск, 1998; Тулупов В. В. В мастерской газетного оформителя / В. В. Тулупов // О композиционно-графических особенностях районных и городских газет Башкирии. – Уфа, 1986; его же: Газета : маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / В. В. Тулупов. – Воронеж, 2000; его же: Дизайн периодических изданий / В. В. Тулупов. – Санкт-Петербург, 2006; его же: Российская пресса : дизайн, реклама, типология / В. В. Тулупов. – Воронеж, 1996; Тулупов В. В. Техника и технология СМИ : печать, радио, телевидение, Интернет : учебник / В. В. Тулупов [и др.] / [под ред. В. В. Тулупова]. – Санкт-Петербург, 2006; Фотография в прессе : Вопросы истории, теории и практики : Сб. / [под ред. Ю. Л. Мандрики]. – Свердловск; Тюмень, 1989.

29. За последнюю четверть века были подготовлены как обобщающие монографии, так и докторские диссертации : Васильев С. Л. Форма периодического издания как ориентирующая система: структурный и функциональный анализ : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. доктора. филол. наук / С. Л. Васильев. – Воронеж 2011; Киселев А. П. История оформления русской газеты (1702-1917 гг.) / А. П. Киселев. – Москва, 1990; Мясников Ю. Н. Комплексный анализ газет и матричный метод их моделирования и проектирования / Ю. Н. Мясников. – Томск, 2009; Тулупов В. В. Дизайн и реклама в системе типологических признаков российских газет (филологический, философско-психологический и творческий аспекты) : дисс. на соиск. учен. степ. доктора филол. наук / В. В. Тулупов. – Краснодар, 2000.

30. Артемова М. Г. Политическая пресс-фотография в информационно-аналитическом еженедельном журнале : социальные факторы восприятия : автореф. канд. дисс. / М. Г. Артемова. – Санкт-Петербург, 2004; Березин В. М. Фотожурналистика / В. М. Березин. – Москва, 2006; Газетный дизайн. – Москва, 2004 (и последующие сборники под редакцией Д. А. Сурнина по итогам открытого Всероссийского конкурса); Головкин С. Б. Дизайн российских газет : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / С. Б. Головкин. – Москва, 2015; Заковырина Н. С. Особенности развития советской фотожурналистики 1920–1930-х гг. и журнал «Советское фото» : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Н. С. Заковырина. – Санкт-Петербург, 2007; Зуев А. А. Роль современных средств допечатной подготовки в практике местной прессы (на примере периодических изданий Кубани) : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук

/ А. А. Зуев. – Краснодар, 2003; Коровкина Е. В. Иллюстрация в английской печати XVII–XIX веков : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Е. В. Коровкина. – Москва, 2005; Осетрова О. В. Шрифт в рекламном дизайне (на примере печатной полиграфической пресс-рекламы) : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / О. В. Осетрова. – Воронеж, 2005; Скоробогатко В. Восемь бесед о газетном дизайне / В. Скоробогатко. – Москва, 2003; Сундуков А. С. Дизайн российских журналов : история, теория, практика : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / А. С. Сундуков. – Воронеж, 2011.

31. Уже сегодня все чаще информация подается параллельно с событием; онлайн; мультимедийно и мультиформатно; с возможностью просмотра назад. Она, не имеющая фиксированных сценариев, потребляется непрерывно, везде и сразу из разных источников.

32. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / [под ред. А. Г. Качкаевой]. – Москва, 2010.

33. Беляев А. А. Особенности графической модели интернет-версий периодических изданий (на материале итальянских СМИ) : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / А. А. Беляев. – Москва, 2009; Вершинин В. А. Возможности адаптации метода эксперимента к моделированию прессы региона / В. А. Вершинин // Вестник Томского государственного университета. Филология, 2013. – № 3; его же: Практика использования метода эксперимента в моделировании изданий / В. А. Вершинин // Вестник Томского государственного университета. Филология, 2013. – № 6; его же: Метод эксперимента в журналистике и моделировании прессы / В. А. Вершинин // Журналистский ежегодник. – Томск, 2013. – № 2; Лайкова Я. В. Медиаинфографика как формат медиатекста в российских онлайн-СМИ : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Я. В. Лайкова. – Москва, 2015; Носаев Д. А. Современные тенденции развития графических моделей региональных периодических печатных изданий : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. наук / Д. А. Носаев. – Краснодар, 2014; Свитич А. Л. Графическая иллюстрация как визуальный компонент контента качественных изданий : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / А. Л. Свитич. – Москва, 2015; Тыщевская А. Ю. Современный газетный редизайн : теория и практика : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / А. Ю. Тыщевская. – Воронеж, 2013; Цветкова А. В. Дизайн журналов в контексте новых художественных практик XX века : автореф. дисс. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / А. В. Цветкова. – Москва, 2015.



В. Сапунов

Дихотомия социалистических и неолиберальных идей в СМИ Латинской Америки – поле битвы Аргентина

Аннотация: статья ставит целью дополнить исследования латиноамериканского медиасектора в ракурсе дихотомии социалистических и неолиберальных идей анализом иллюстративных событий в Аргентине после декабрьских выборов 2015. В материале рассматриваются противоречивые законодательные меры, предпринятые президентом Макри после прихода к власти.

Ключевые слова: Аргентина, свобода слова, неолиберализм, Макри, Киришнер Менем, Clarín.

Борьба социалистических и неолиберальных идей в латиноамериканских массмедиа остается важной темой глобального медиасектора. С одной стороны, в новых социалистических государствах Латинской Америки наблюдается жесткое противостояние крупнейших СМИ политике правительства – особенно рельефно проявляется это в Венесуэле, где наиболее влиятельные газеты – *El Nacional* и *El Universal*, равно как и телеканалы *Globovisión* и *Venevisión*, остаются в оппозиции правительству Мадуро (как это было и во времена Чавеса). С другой стороны, в странах с неолиберальными правительствами (Мексика, Колумбия) такой остроты дискуссии не наблюдается и близко – система СМИ больше напоминает аналог медиасектора северного соседа, где все ведущие СМИ претендуют на объективность, а в итоге – по-настоящему представлена только одна точка зрения – которой придерживаются властные элиты и основной субъект современной массовой коммуникации – капитал.

СМИ Латинской Америки являются объектом внимания медиаисследователей Центрального Черноземья¹. Данная статья ставит целью дополнить исследования латиноамериканского медиасектора в ракурсе дихотомии социалистических и неолиберальных идей анализом иллюстративных событий в Аргентине после декабрьских выборов 2015, когда социал-демократическое

¹ См. работы А. П. Короченского (филологический анализ) и Т. А. Осенковой (политэкономический анализ), посвященные масс-медиа континента [1, 2].

Об авторе: Сапунов Владимир Игоревич, профессор кафедры телевизионной и радиожурналистики факультета журналистики Воронежского госуниверситета.

правительство Кристины де Киришнер сменила неолиберальная власть Маурисио Макри.

В феврале 2016 года аргентинская полиция осуществила ночные рейды по домам трех бывших руководителей государственного агентства *Télat* – Хуана Дассо, Марии Инес Лописи и Пабло Тарикко. Журналистов и руководителей агентства подозревали в выносе из офиса важных документов в период, когда в Аргентине происходила смена государственной власти – с 4 по 7 декабря 2015 года. Смешное видео, на котором мужчины перекачивают кресла, с поставленными на них коробками и сумками и используют огнетушитель, чтобы подпереть двери лифта, ознаменовало очередной виток войны за медиаресурсы в Аргентине.

Три бывших руководителя агентства *Télat* покинули свои посты сразу после победы на президентских выборах неолиберального кандидата Маурисио Макри. Это было совершенно предсказуемо, так как они были связаны с политической организацией *La Cámpora*, воплощающей идеи «киришнеризма» и после поражения киршнериста Даниеля Сциоли их судьба была предрешена.

Мнения по поводу видео разделились – крупнейшая в Аргентине медиамонополия *Clarín*, которая была «коллективным пропагандистом, организатором и агитатором» избирательной кампании Макри, сразу заявила, что видео является доказательством кражи документов, на что венесуэльский и панамериканский канал *Telesur* ответил, что видео с коробками не может служить доказательством, а действия полиции являются произволом. Полиция изъяла пустые блокноты и календарики с логотипом *Télat*, черновики, личные вещи подозреваемых, которые они использовали в редакции.

Что на самом деле было в коробках, мы не знаем, никаких доказательств полиция пока не предоставила (кроме видео с креслами, лифтом и огнетушителем). При этом статья 225 Уголовного кодекса Аргентины разрешает ночные обыски только в «чрезвычайно серьезных ситуациях», что характеризует то, насколько серьезно новая власть относится к войне за медиаресурсы.

Впрочем, это не единственная иллюстрация. С момента прихода Макри к власти были закрыты несколько популярных программ на Обществен-

ном телевидении Аргентины (в том числе программа «6,7 и 8») – по обвинению в симпатиях к прошлому президенту. За это же уволен с *Radio Continental* известный журналист Виктор Уго Моралес.

Но это случаи индивидуальных притеснений журналистов. На системном же уровне неолиберальное наступление на свободу прессы было гораздо более эффективным, хотя и не таким эффективным.

31 декабря 2015 года с поспешностью, которая уступает разве что большевистскому Декрету о печати 1917 года, Макри издал имеющий силу закона указ (DNU, *Decreto de Necesidad y Urgencia*), который фактически денонсировал закон о СМИ 2009 года, принятый при Кристине де Киршнер.

Закон 2009 года, который Специальный докладчик ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений Франк Ла Рю назвал «образцом для всего континента и для других регионов мира», расширил права государственных и общественных организаций в учреждении СМИ и значительно ужесточил антимонопольное законодательство. Это предсказуемо было объявлено аргентинскими и американскими медиагруппами наступлением на свободу слова.

Ley de Medios 2009 года заменил закон о радиовещании еще времен хунты Хорхе Видела 1980 года (в редакции неолиберального правительства Карлоса Менема – года 1989). После принятия закона 2009 года *Clarín* объявила Кристине де Киршнер медиавойну, ведь теперь *Clarín* должна была отказаться от ряда своих медиаактивов, в частности, от канала *El Trece*, который она приобрела через специально созданное акционерное общество *Artear* в 1989 году – через месяц после получения президентских полномочий Менемом.

Предыдущему президенту Аргентины – Раулю Альфонсину добиться снятия ограничений в статье 45 закона 1980 года, разрешавшей, например, газетам владеть телевизионными каналами, не удалось. Сам Менем – уже после своей отставки, но еще до того, как попал в тюрьму – признавал, что это решение было ошибкой, так как превратило *Clarín* в гипермонополию.

Как бы то ни было, после этого *Clarín* и ее СМИ Менема не критиковали. Зато жестоко критиковали Кристину де Киршнер – и за закон 2009 года и за принятый за год до этого закон о национализации частных пенсионных фондов. После него доля государства в *Clarín* должна была составить 9 % (акции пенсионных фондов), однако компания даже не пускала представителей государства на заседания совета директоров, на что они имели законное право.

Итак, новый указ Макри, вносит существенные изменения именно в статью 45, а также в другую ключевую статью закона 2009 года – 41 – и предусматривает следующие основные меры:

- снятие существенных ограничений на создание частными телевизионными и радиостанциями общенациональных сетей;

- увеличение возможного количества телевизионных и радиостанций, которые могут находиться в руках одной группы;
- снятие запрета на передачу и продажу аудиовизуальных лицензий;
- снятие запрета на перекрестное владение эфирными и кабельными телевизионными каналами;
- снятие запрета на владение телеком-компаниями телевизионными каналами;

Кроме того, в течение 180 дней должны быть прекращены полномочия двух аргентинских регуляторов в сфере телекоммуникаций – *Afsca* (*Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual*, Федерального агентства по аудиовизуальным коммуникациям) и *Aftic* (*Autoridad Federal de Tecnología de la Información y las Comunicaciones*, Федерального агентства по информационным технологиям и коммуникациям). Целью ликвидации двух регуляторов обозначается «дерегулирование аргентинского рынка телекоммуникаций». Регулятор, который должен сменить их – *Enacom* – будет иметь компетенцию решать, в основном, технические вопросы, а не следить за качеством информации и плюрализмом мнений.

Таким образом, DNU Макри фактически знаменует неолиберальный реванш аргентинского медиакапитала, который получает в свои руки новые грандиозные рычаги в сфере слияний и поглощений, а также расширения территориального влияния. Разумеется, главным бенефициаром стала *Clarín*, получившая возможность не только восстановить свое могущество, частично утраченное при Киршнер, но и дальше наращивать мускулы и набивать кулаки. В общем, очевидно, что либерализация медиарынка и дерегулирование медиаресурсов ведут к дальнейшей монополизации масс-медиа, а, следовательно, наносят удар по свободе слова, плюрализму мнений и общественных интересов. Урезание полномочий медиамонополь возможно только на основе законодательного ограничения их деятельности и развития общественных и государственных СМИ как противовеса медиакапиталу. Что и было отражено в Законе 2009 года. И что не понравилось медианопольям, отменивших его сразу по приходу к власти.

Пример Аргентины характерен для понимания того, как либералы воспринимают свободу слова, и как они воплощают ее идеалы, получая власть. Для сравнения – Кристине де Киршнер, чтобы принять закон о СМИ, понадобилось 3 года, покойному президенту Венесуэлы Чавесу – 5 лет. При этом все это сопровождалось широкой общественной полемикой, как это происходило в 2010 году в Боливии с социалистическим правительством Эво Моралесом; или в 2014-15 годах еще и в Уругвае, и в Чили, где у власти сейчас социал-демократические правительства. И ведь все это законы, призванные так или иначе расширить плюрализм мнений за счет власти медиакапитала.

Показательна и статистика убийств журналистов в Латинской Америке. За 10 лет количество

убийств журналистов в Латинской Америке увеличилось на 60 %. В 2015 году было убито 43 журналиста, из них 14 в Мексике, 10 в Гондурасе, 8 в Бразилии, 5 в Колумбии, 3 в Гватемале, по одному в Парагвае, Гаити и Доминиканской республике. Интересная закономерность – во всех этих странах, кроме Бразилии, проамериканские правительства. И ни одного убийства журналистов в странах с социалистическими правительствами (Куба, Венесуэла, Боливия, Эквадор, Никарагуа, Сальвадор), среди стран с социал-демократическими правительствами (Уругвай, Перу, Чили, и до недавнего времени – Аргентина) особняком стоит лишь Бразилия. По количеству убийств журналистов за 10 лет Мексика вне конкуренции – 123 убийства, в идущем на втором месте Гондурасе зарегистрировано 53 насильственных смертей журналистов

Можно не идеализировать новые социалистические правительства в Латинской Америке (в том числе, и в медиаполитике). Но нельзя не признать, что медиасистемы в них действительно плюралистичны – так как отражают реальную борьбу идей,

дихотомию социалистических и неолиберальных взглядов. Неолиберальный же капитал, прорвавшись к власти в Аргентине, решает свои проблемы со СМИ в духе захвата почты и телеграфа. Потому что свобода слова для неолиберального капитала – это свобода слова только для него.

Ситуация, сложившаяся после смены власти в Аргентине наглядно иллюстрирует тенденции противостояния социалистических и неолиберальных идей в масс-медиа Латинской Америки. Что делает актуальными дальнейшие исследования на эту тему.

г. Воронеж

Примечания

1. Короченский А. П. Мировая журналистика : история, теория, практика / А. П. Короченский. – Белгород, 2015.
2. Осенкова Т. А. Система периодической печати стран Латинской Америки: противостояние неолиберальных и социалистических идей : дисс. канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. А. Осенкова. – Воронеж, 2013.



Я. Ходаева

Специфика пропаганды в условиях информационной войны (на примере ситуации с Турцией)

Аннотация: медиареальность современного мира указывает на наличие постоянных информационных противостояний средств массовой информации различных стран, которые зачастую переходят в информационные войны. В подобных условиях необходимой становится усиленная пропагандистская работа в СМИ, так как важную роль играет достойное представление позиции государства. В статье анализируются направления пропаганды в условиях конкретной информационной войны с Турцией, масштабно развернувшейся в конце 2015 года, а также поясняется специфичность пропаганды в условиях информационного натиска.

Ключевые слова: аудитория, средства массовой информации, информационная война, пропаганда, образ врага, фейки, манипуляция.

В период неспокойной внешнеполитической ситуации, в мире существования террористических угроз, информационное обеспечение является первостепенной задачей государства во избежание волнений внутри страны. Ради достойного представления страны в информационном потоке, необходимо активно участвовать в информационных войнах. СМИ в данных условиях выступают одним из средств достижения пропагандистских целей. Именно в кризисных условиях информационных войн пропаганда усиливает свой натиск.

В наиболее широком смысле под информационной войной следует понимать «борьбу сторон за достижение превосходства над противником в своевременности, достоверности, полноте получения информации, скорости и качестве ее переработки и доведении до исполнителей» [4]. Средствами ведения информационной войны помимо СМК могут быть:

- компьютерные вирусы («логические бомбы», «программы-оборотни», «программы-убийцы информации»);
- программы несанкционированного доступа к информационным ресурсам противника с целью хищения разведывательной информации;
- средства подавления информационных систем противника и биотехнологические средства;
- средства внедрения вирусов, логических бомб, программ-оборотней, программ-убийц ин-

формации, программ воздействия на персонал («зомбирование») и др. [4].

Война – страшное слово, но иначе, то, что происходит в информационном поле как страны, так и в глобальных смыслах, не назовешь. Политически неустоявшиеся решения власти подвергаются серьезной опасности стать в глазах общества безосновательными. И если пятилетие назад можно было говорить о периодах усиления пропаганды в СМИ и ее уменьшения, то в последние годы Россия, находящаяся в состоянии постоянного информационного противостояния, когда один «враг» сменяется другим, все увеличивает пропагандистский натиск. Все средства становятся хороши в достижении целей.

Фактически каждый день появляются доказательства масштабов финансирования антипропагандистских действий со стороны западных спецслужб. Так деловая газета «Взгляд» напечатала материал под названием «Обнародованы документы о планах Запада и Украины по информационной атаке на Россию» [1]. В нем представлены документы на английском и украинском языках, в которых отражены совместные планы Киева и НАТО, а также военных структур США и Великобритании по проведению психологических операций на Востоке Украины и в России. Реальное положение вещей говорит о том, что в стране присутствует «мощная система антиросийского толка федеральных масштабов» [6] прекрасно финансируемая и организованная, с множеством сторонников, средствами координации и связи и поддержкой СМИ.

Российские средства массовой информации также активизируют ресурсы. Существуют сугубо пропагандистские методы, которые не могут быть использованы в манипулировании через PR, рекламу или агитацию. К ним причисляют дезинформацию, цензуру и использование образа врага. Дезинформацию выявить достаточно сложно, но нет сомнений в том, что она есть. Например, раскрытием дезинформации и разоблачениями средств массовой информации занимается проект стопфейк (www.stopfake.org), который номинирован от Index of Sensorship в сотню лучших проектов, которые развивают свободу слова Global Free Speech Heroes. Развитие фейковой пропаганды – одно из самых масштабных тенденций в ведении информационной войны. Как правило, эти мобилизационные методы (дезинформация, фейковая пропаганда) применяет только государство и только в кризисных ситуациях. Очевидно, что в нашей

Об авторе: Ходаева Яна Викторовна, аспирант 3 года очной формы обучения факультета филологии и журналистики Тамбовского госуниверситета.

стране пропаганда через манипуляции имеет место быть, причем масштабы ее все возрастают.

В зависимости от напряженности ситуации пропагандисты выводят на первый план отношения с какой-либо одной страной. Так, в сознании аудитории давно утвердился образ США как самого опасного «врага». Явный протест точке зрения США можно встретить лишь в некоторых публикациях. Во всех остальных, где упоминается США, читатель, конечно, находит противопоставление, несогласие и недовольство, но в ненавязчивой форме.

За последние пару лет так называемых «врагов» у России заметно прибавилось: США, Грузия, Украина, Европа в целом, ИГИЛ (запрещена в РФ), а в конце 2015 года список пополнила Турция.

Рассмотрим специфику ведения пропагандистской работы на примере внешнеполитических отношений с Турцией, выясним поведение СМИ.

О ситуации:

Российский самолет Су-24 24 ноября 2015 года был сбит ракетой «воздух-воздух» с турецкого самолета F-16. Путин назвал инцидент «ударом в спину со стороны пособников террористам» [7]. По утверждениям российских властей самолет находился в воздушном пространстве Сирии в 1 км от турецкой границы, по словам турецкого руководства Су-24 нарушил воздушную границу Турции.

Роль СМИ:

Данное происшествие вызвало всплеск негодования у населения России, что усилило информационный и пропагандистский натиск. И так, началась информационная война с Турецким государством. Пропагандистская работа в данных условиях поделилась на два направления.

Пропаганда на население своей страны: демонстрация силы и позиции, пропаганда-действие.

Пропаганда на население зарубежных стран: разрушение, разделение, устрашение, доминирование, угроза (санкции).

Рассмотрим ряд показательных примеров. Для демонстрации позиции акцент в статье делается на слабые стороны противника, его непродуманные шаги. Очередной материал на сайте Политинформация под заголовком «У турецких СМИ наблюдается синдром «Дон Кихота» в отношении России» [5] начинается такими словами: «Хотите посмеяться над тем, каким образом пропрезидентские турецкие СМИ поддерживают вероломный «героизм» уничтожения российского самолёта?» [5]. По мнению авторов, атака на самолет для Турции не просто необдуманная, но и очень недалеким поступок, который не могут оправдать СМИ Турции, а все их попытки сделать это просто смешны. Пропагандистские задачи будут решены, если аудитория согласится с такой точкой зрения, а главное эмоционально примет ее, что тоже немаловажно.

Пропаганда действия – призывает к объединению вокруг тех или иных ценностей, демонстрирует версии развития событий, к которым надо

стремиться, делает возможным более легкое перенесение трудностей. Кстати, действия российских властей не заставили себя долго ждать: по данным информационного портала russia-1.ru, санкции России против Турции введены 28 ноября, соответствующий указ подписал президент В.В. Путин. В постановлении правительства говорится, что «Москва с 1 января 2016 года запрещает ввоз из Турции овощей и фруктов, цветов, соли. Кроме того, введен запрет на чартерные перевозки между странами и отменяется безвизовый режим» [9]. Тот же информационный портал публикует несколько материалов уточняющего характера, для наглядной демонстрации результативности. В публикации «Турецкая оппозиция подсчитала возможный ущерб от российских санкций» [8] проведен анализ решений главы государства, которые, несомненно, оказались плодотворными. Убеждать и доказывать, повторять и снова повторять, тогда аудитория поверит.

Информационные сообщения в условиях противостояния становятся эмоционально окрашенными. В материалах о ситуации в Турции часто встречается слово «турки», которое унижает априори. Например, статья «Турки сбили российский Су-24. Война с Турцией» [3] в ЖЖ. Сравним: «Турки утверждают, что самолет находился в пределах турецкого воздушного пространства, а Россия, что самолет находился на территории Сирии, в 1 км от турецкой границы» [3], т.е. Турция – это турки, А Россия – это Россия. Или вместо слов «ложь» или «неправда» используются слова «чушь», «бред». В статье новостного портала «Свежие новости» Эрдогана называют мечтателем, который «грезит о возвращении Османской империи» [11].

Пропаганда разрушения – убеждает в том, что у нас есть враг, и этот враг порочен, а также злоумышляет против нас. Не является однозначно негативной, так как помогает сплотиться, почувствовать единение. Статья «Турция сбита российский Су-24» [12] на новостном сайте убеждает аудиторию в том, что Турция связана с террористами. По заявлению В.В. Путина, давно зафиксирован тот факт, что «на территорию Турции идет большое количество нефти и нефтепродуктов с захваченных в Сирии территорий. Отсюда – и большие денежные потоки, большая денежная подпитка бандформирований, а теперь еще и ударами по нашим самолетам, которые борются с террористами, и это при этом, что мы с американскими партнерами подписали соглашение о предупреждении инцидентов в воздухе» [12]. Здесь используется прием «психоз», когда Турция непременно в сознании аудитории должна представлять опасность. Автор приводит аргументы: «вместо того, чтобы немедленно наладить необходимый контакт, насколько нам известно, турецкая сторона обратилась к своим партнерам по НАТО для обсуждения этого вопроса» [12].

Пропаганда разделения – убеждает, что «мы не такие как они», разжигает рознь. Может рассматриваться в позитивном плане в случае конфликта.

После контакта с информацией должно сформироваться ощущение отделения «наших». Никакие посторонние факторы или уточнения в СМИ информационного противника уже не сыграют роли. Это метод «перетасовки», когда публикация строится по принципу: уточнение (то, что аудитория должна запомнить) → важный факт. Материал, построенный по схеме: важный факт → менее важный факт → уточнение, не имел бы пропагандистского результата.

Пропаганда устрашения – убеждение вероятного противника в собственной экономической мощи. Имеет влияние и на внутреннюю аудиторию. Прямые и косвенные цитаты также создают определенную атмосферу: российские СМИ цитируют только точки зрения, которые освещают Россию в выгодном свете. В то время как, например, официальные лица Турции цитируются в большинстве случаев косвенно. Это помогает сделать нужный акцент. Так в материале информационного портала Russia-1.ru «Турция разрушила удивительно перспективные отношения с Россией» [10] наблюдаем следующую ситуацию, когда заявление турецких властей выглядит в тексте следующим образом: «Власти говорят о том, что не стоит придерживаться слишком пессимистичной позиции относительно запрета ввоза турецких продуктов питания в Россию» [10], а оппозиционные политики Турции цитируются подробно: «Общий объем нашего экспорта в Россию составляет шесть миллиардов долларов. Мы зарабатываем около шести миллиардов на 4,5 миллионах российских туристов. В 2014 году они потратили около 8,5 миллиарда долларов на покупку одежды, которую они потом продали в России. Наши подрядчики занимаются в России проектами на сумму 2,3 миллиарда долларов. Когда вы сложите все это, сумма будет гораздо больше 20 миллиардов долларов. Анталия поставляла в Россию большую часть овощей и фруктов. Теперь экспорт прекратился. Продукция или остается на деревьях, или идет на склады. Отели снизили цены наполовину. Теперь в сфере туризма, сельского хозяйства и текстильной промышленности будет безработица. Это катастрофическая ситуация», – цитирует издание депутата Республиканской народной партии Турции от Анталии Четина Османа Будака [10].

В общем виде информационная война – это систематическое нанесение ущерба объекту, в том числе и посредством СМИ. Общеизвестно, что ущерб может наносить не только прямая ложь, но и правда. Понятно, что «средствами массовой информации всегда транслируется не вся правда, обычно – весьма малая часть от известной по существу любого дела (события, факта, явления, процесса) информации» [13]. Перелистывая ленту новостей, касающихся ситуации с самолетом и отношений с Турцией в общем, мы видим перенасыщение информационного пространства различными фактами, версиями, теориями, внешне не связанными друг с другом. Множество персон,

представителей власти и оппозиции высказываются, но посыл и настроение у всех материалов находятся на одной волне: негодование, утверждение лидерских позиций.

Аналогично работает пропаганда турецких властей, по двум направлениям: пропаганда на население своей страны и пропаганда на население зарубежных стран.

Вот несколько «истин» о России, транслируемых турецкими СМИ:

– Эрдоган (президент Турции) – храброе сердце сегодняшнего земного шара, единственный человек в мире, который бросил вызов президенту России Владимиру Путину. Со времён Второй мировой войны ещё никто не осмеливался атаковать российский самолет;

– Россия представляет более опасную угрозу для мира, чем США. Вашингтон не преследует экспансионистских целей, а скорее ищет пути выхода из захлестывающего мир хаоса, в то время как Москва лелеет возрождение советской мечты. Доказательством тому служат присоединение Крыма, грузинская война и оккупация Сирии Россией. США необходимы Турции, чтобы противостоять возвращению коммунизма;

– Россия является слабым государством с крайне уязвимой экономикой, принципиально зависящей от нефти. Соответственно, снижение цен на «чёрное золото» уничтожит её в ближайшее время. Война с Турцией может значить для России неминуемую гибель;

– Россию не любят даже сами русские. В случае войны на поле боя не окажется ни одного русского. В российском обществе нет патриотизма. Русские солдаты настолько пьяны, что готовы обменять танки, а то и ядерное оружие, на бутылку водки;

– русское общество непомерно испорчено, в нём отсутствуют мораль и семейные ценности. Низкий уровень рождаемости и алкоголизм в ближайшее время приведут русских к гибели;

– у России нет союзников, кроме Ирана и Сирии. У Китая нет ничего общего с Россией. Подобная изоляция приведёт к скорому свержению Путина, диктатора, который убивает противников и несогласных журналистов;

– в России проживает более 50 миллионов мусульман, которые встанут на сторону Эрдогана в случае войны;

– до XVII века русских как народа не существовало, доказательством чему служит тот факт, что первая турецко-русская война произошла именно в XVII веке. До этого они были нецивилизованными кочевниками;

– через 30 лет в мире останется только две сверхдержавы: Китай и Турция. Весь мир осознает это и панически старается воспрепятствовать такому развитию событий;

– Достоевский однажды заявил, что над собором Святой Софии должен возвышаться крест. Это ясное указание на коварные планы России относительно Стамбула, который является святыней для

Православной Церкви. Стамбул снова должен стать столицей Турции;

– турецкий язык – древнейший язык в мире, в нём содержится полтора миллиона слов, в то время как в английском всего-то полмиллиона. Мало кому известно, что Шекспир был чистокровным турком. Приведено с политинформации [5].

По данным информационно-аналитического портала «Голос Ислама» [2] население Турции считает, что Россия представляет для их страны самую серьезную угрозу. Опрос, который провели специалисты Стамбульского университета Kadig Has среди граждан Турции, ставит Россию на 1-ое место. Ранее этот список возглавлял Израиль, который с 2011 года считался представляющей наибольшую опасность для Турции страной, но сейчас Россия отодвинула его на второй план. Судя по результатам опроса, также снизилась доля тех, кто считал, что наибольшую угрозу для Турции представляет Сирия и США. Результаты опроса – прямое подтверждение того, что образ России как главного врага сформирован, что поможет властям контролировать настроение аудитории.

Совершенно очевидно, что в жестком противостоянии информации «извне» необходимой становится усиленная пропагандистская работа в СМИ. Именно в условиях информационных войн пропаганда усиливается многократно. Это происходит еще и от того, что очень важную роль играет, как убедительно и, с точки зрения справедливости, верно для населения конкретной страны, представлена позиция государства в информационном поле. Специфичность пропаганды заключается в скорости действий и резонансов, реагировать приходится молниеносно, порой не осознавая масштабы последствий принимать незамедлительные и жесткие меры, что, конечно, делает пропаганду более узнаваемой, и все больше расширяет инструментарий методов в сторону манипуляций аудиторией, приближает пропаганду к медиаманипулированию.

г. Тамбов

Литература

1. Взгляд [СМИ] – Обнародованы документы о планах Запада и Украины по информационной атаке на Россию // Архив. – Режим доступа: <http://www.vz.ru/news/2015/4/10/739335.html>, свободный. (Дата обращения: 12.01.2016 г.).
2. Голос Ислама [СМИ] – Турки считают, что Россия представляет для их страны самую серьезную угрозу // Архив. –

Режим доступа: <http://golosislama.com/news.php?id=28895>, свободный. (Дата обращения: 18.01.2016 г.).

3. Живой Журнал [Блог] – Турки сбили российский Су-24. Война с Турцией // Режим доступа: <http://etoonda.livejournal.com/1668684.html>, свободный. (Дата обращения: 18.01.2016 г.).

4. Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ. – М., 2002 // Электронная библиотека. – Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/1105/word/informacionaja-voina>, свободный. (Дата обращения: 21.01.2016 г.).

5. Политинформация [СМИ] – У турецких СМИ наблюдается синдром «Дон Кихота» в отношении России // Архив. – Режим доступа: <http://politinform.su/zarubezhnye-smi/45737-u-tureckih-smi-nablyudaetsya-sindrom-don-kihota-v-otnoshenii-rossii.html>, свободный. (Дата обращения: 22.01.2016 г.).

6. Политическая Россия [СМИ] – Информационная война против России // Архив. – Режим доступа: <http://politrussia.com/topic/informatsionnaya-voyna-protiv-rossii>, свободный. (Дата обращения: 18.01.2016 г.).

7. Правда-ТВ [СМИ] – Турция сбита российский самолёт Су-24 хроника событий // Архив. – Режим доступа: http://www.pravda-tv.ru/2015/12/01/190795/turtsiya-sbila-rossijskij-samolyot-su-24-hronika-sobytij-video-onlajn#8220_8221____-24, свободный. (Дата обращения: 02.02.2016 г.).

8. Россия-1 (Russia-1) [СМИ] – Турецкая оппозиция под считала возможный ущерб от российских санкций // Архив. – Режим доступа: <http://russia-1.ru/news/684-tureckaya-oppoziciya-podsчитала-vozmozhnyy-uscherb-ot-rossijskih-sankcij.html>, свободный. (Дата обращения: 12.01.2016 г.).

9. Россия-1 (Russia-1) [СМИ] – Турция объяснила отсутствие резких шагов в отношении России // Архив. – Режим доступа: <http://russia-1.ru/news/784-turciya-obyasnila-otsutstvie-rezkih-shagov-v-otnoshenii-rossii.html>, свободный. (Дата обращения: 12.01.2016 г.).

10. Россия-1 (Russia-1) [СМИ] – Турция разрушила удивительно перспективные отношения с Россией // Архив. – Режим доступа: <http://russia-1.ru/news/552-al-monitor-turciya-razrushila-udivitelno-perspektivnye-otnosheniya-s-rossiey.html>, свободный. (Дата обращения: 12.01.2016 г.).

11. Свежие новости [СМИ] – В Москве ответили на слова Эрдогана о попытке создать квазигосударство в Сирии // Архив. – Режим доступа: <http://police-russia.info/novosti-rossii/13812-v-moskve-otvetili-na-slova-erdogana-o-popytke-sozdat-kvazigosudarstvo-v-sirii.html>, свободный. (Дата обращения: 12.01.2016 г.).

12. Штуки. [Блог] – Турция сбита российский Су-24 // Режим доступа: http://stuki-druki.com/news/VIDEO_Turcia_sbila_rossijskij_Su-24_obnovleno.php, свободный. (Дата обращения: 13.01.2016 г.).

13. Энциклопедический словарь СМИ. // Электронная библиотека. – Режим доступа: <http://smi.academic.ru>, свободный. (Дата обращения: 13.01.2016 г.).



В. Колобов

«Кажется, твоё слово твёрдое...»

Из писем А. Т. Прасолова А. В. Жигулину
(1963–1968)

Аннотация: в статье впервые публикуются письма известного поэта, уроженца Воронежского края Алексея Тимофеевича Прасолова (1930–1972) писателю и земляку Анатолию Владимировичу Жигулину (1930–2000).

Ключевые слова: Анатолий Жигулин, Алексей Прасолов, история отечественной литературы и журналистики.

Материалы личного архива А. В. Жигулина (1930–2000), переданные в соответствии с волей вдовы писателя И. В. Жигулиной в 2011–2013 годах на постоянное хранение в Воронежский областной литературный музей им. И. С. Никитина [1] и государственный архив Воронежской области [2], содержат новые страницы из истории его взаимоотношений с А. Т. Прасоловым.

В их жизненных и творческих биографиях очень много схожего: земляки, ровесники (разница в возрасте – восемь месяцев и тринадцать дней), оба рано начали писать стихи и печататься в воронежских изданиях, оба вошли в большую литературу с «лёгкой руки» великого поэта и главного редактора журнала «Новый мир» А. Т. Твардовского в годы хрущёвской «оттепели», обоим довелось на себе испытать всю тяжесть горькой русской пословицы: «От сумы и от тюрьмы не зарекайся...». Правда, А. В. Жигулин оказался в сталинских лагерях как «враг народа» по печально знаменитой 58-й статье Уголовного кодекса РСФСР, а А. Т. Прасолов – по нелепому стечению обстоятельств (так называемая «бытовуха»). Когда Твардовскому поведали о совершённых Прасоловым «преступлениях», он с горечью произнёс: «Да так пол-России посадить можно».

Непосредственным поводом к переписке между поэтами послужило предложение руководства Семилукской исправительно-трудовой колонии, где А. Т. Прасолов отбывал свой второй срок с 26 июня 1962 года по 11 августа 1964 года, к А. В. Жигулину выступить перед заключёнными в рамках творческого вечера. К этому времени А. В. Жигулин поступил на Высшие литературные курсы Союза писателей СССР и переехал на постоянное место жительства в столицу.

Об авторе: Колобов Владимир Васильевич, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры связей с общественностью факультета журналистики Воронежского госуниверситета.

«Здравствуй, Анатолий!

Извини за неожиданное беспокойство. Я нахожусь в Семилуках – ты знаешь, видимо, причины.

Здесь проводятся культурные мероприятия. Весной на читательскую конференцию к нам приезжал герой книги «Не утраченное счастье» – С. И. Батраченко. Был хороший разговор с людьми в непринуждённой обстановке. Люди остались благодарны Батраченко. Здесь это, как сам понимаешь, особенно ценится теми, кто отрезан от большой жизни и тянется к ней изо дня в день.

Знают здесь и твои стихи. У нас есть твой второй сборник – «Костёр-человек». Третьего – московского – пока нет. Ребята очень хотят пригласить тебя к нам на литературный вечер. У нас есть летняя эстрада, если же, паче чаяния, будет плохая погода – имеем вместительный клуб, микрофон.

Администрация колонии сделает всё, чтобы ты не испытывал неудобств: выделяют машину и т. д. Хорошее и, кажется, вполне реальное дело. И здорово было бы, если бы у тебя случайно не оказалось помех, причин и прочего. Мы будем надеяться. Прихвати свою новую книжку – «Рельсы». Ребята выступят с полюбившимися им твоими стихами. Новые прочтёт им автор. Согласен ли он, не обидит ли отказом «зекков»?

Пожалуй, здесь можно будет реализовать часть тиража. Администрация устроит, думаю. Составим список желающих обзавестись твоим сборником; всё реально. Это письмо тебе вручит наш начальник по политчасти – майор Гонтарев. Мы ему многим хорошим обязаны. Ждём тебя к нам. О времени приезда вы с ним договоритесь. Желаю здоровья, новых стихов, удач.

А. Прасолов.
7.IX.63».

К этому письму А. Т. Прасолов приложил письмо совета коллектива ИТК-1 и план проведения творческой встречи с Анатолием Жигулиным.

«Дорогой тов. Жигулин!

Ваши стихи многие знают и любят в нашей колонии. У нас проводятся культурно-массовые мероприятия. По поручению осуждённых совет коллектива колонии просит Вас приехать к нам на литературный вечер, посвящённый Вашему творчеству.

Надеемся на Ваше согласие. Ждём вас к себе в гости.

Совет коллектива.
7.IX.63».

«План проведения встречи с поэтом Анатолием Жигулиным.

1. Приветственное слово – А. Прасолов.
2. Краткая характеристика стихов из цикла «Край жил золотых».
3. Художественное чтение стихотворений:

- а) «Рельсы»
 б) «Обвал»
 в) «Песня»
 г) «Другу».

4. Слово автора о себе, о новых замыслах, о своей работе над стихами. Чтение А. Жигулиным новых произведений.

5. Вопросы А. Жигулину, ответы.

6. Заключительное слово».

Пометка А. В. Жигулина на письме А. Т. Прасолова: «Отвечил, послал 28.IX.63 г. две книги «Рельсы» закл<азной> банд<еролью>. Ан. Ж.».

«Дорогой Анатолий!

Спасибо за книгу, за письмо. Воронежские приятели, кажется, шарахнулись от меня в стороны. Виноват – сам. Но за это расплачиваюсь. Выйду я в июне 66-го. У меня – звонок. Пишу ли? Пишу. Посылаю 4 стиха из последних. В них моё главное направление, которое от условий не меняется. Будешь в Воронеже, обо мне и стихах не распространяйся. Так лучше для меня».

Далее А. Т. Прасолов приводит в письме четыре своих новых стихотворения:

«Тревожит вновь на перепутье...»

«Среди цементной пыли душевной...»

«Весна от колеи шершавой...»

«В ночи заботы не уйдут...»

Продолжение письма: «В январе ждём. Лозунги с выдержками из стихов готовы, ждут. Привози новое – даже не для эстрады. Надеюсь, я буду здесь. Перемен пока не предвидится. Самое жестокое – пытка временем. Ещё 2 года 9 месяцев. Самоубийство, брат... Но – сдюжим. Здоровье – как было. Передач не разрешают. Своей одежды – тоже. Такова теперь Фемиды. Не мытьём, так катаньем. Ждём, Толя. Нач<альни> >к мой – добрый человек, любит литературу (один здесь такой).

Просил прочесть ему твой ответ. Буду рад поделиться с ним.

Желаю удач. Больших, настоящих, высоких. Моя учёба накрылась этим «университетом» с 4-х годичным (для меня) обучением.

Жму руку. Желаю устойчивого здоровья и таких же стихов.

А. Прасолов.

3.X.63».

На конверте пометка А. В. Жигулина: «Отвечил открыткой 6.XI.63. Ан. Ж.».

«Здравствуй, Толя!

За открытку, за праздничное поздравление – спасибо.

А сам... виноват, не смог тогда ответить, поздравить: мне можно послать в месяц 2 письма – в этом причина, чёрт бы её побрал.

Сейчас (заблаговременно!) поздравляю с близким уже Новым годом. Ждём приезда. В обещание верим. Обязательно укажи заранее приблизительное число – это очень важно.

Сейчас сижу над приветствием П.М. Гаврилову – герою Бреста. Завтра с ним у нас встреча. Он гостит в Воронеже, и его заманили к нам! То-то, брат. Приезжай. Ждём. Укажи срок. Жму руку. Всего лучшего – во всём. Твой А. Прасолов.

14.XII.63.

P.S. 15.XII.63. Герой Бреста был. Встреча прошла ярко. Удивительной силы Человек...

Увёз мои стихи, посвящённые ему.

Ждём тебя.

А.П.».

Следующее письмо написано уже после встречи с А. В. Жигулиным.

«Здравствуй, Анатолий!

Ты, наверно, уже вошёл в московскую колею. Сегодня мы с майором Гонтаревым отобрали фото,разделили их пополам и отсылаем – тебе и Ирине. Дьявольщина, я не знаю её отчества и пришлось обращаться сразу: «Здравствуйте, Ирина!..»

Фото, быть может, не совсем совершенны, но Аркадий тот, с усамы – старался. Даже похудел. Ему пришлось их делать много: для альбома и для стенда, который увозят в Воронеж на смотр.

О встрече, о стихах разговоры до сих пор. Поэзию у нас приняли лучше, чем что-либо другое. Вот тебе и сущность человеческая... Только затронь – и раскроется.

Забегали наши сочинители. Требуют стихов, стихов, советов и т.д. О тебе говорят: простой и всё – от души.

Спасибо за приезд. Гонтарев благодарит тебя и Ирину по-человечески. Он – Человек, как ты сам заметил. Написал я Виктору. Летом не нагрянете ли вдвоём? Видишь, разлакомились как! Желаю здоровья, ёмких стихов! До свиданья!

Жму руку. Твой Алексей.

8.II.64 г.».

Пометка А. Т. Жигулина: «Отвечил 19.II.64 г. Ан. Ж.».

«Здравствуй, Анатолий!

Сейчас м-р Гонтарев принёс фото, которое ты просил. Такое же, наверно, у тебя дома в пачке, посланной Ирине. Андрей Никитич передаёт тебе тёплый привет, благодарит за приезд и надеется, что он повторится летом. Кажется, твоё слово твёрдое. Если с Поляковым – ещё лучше. Я написал ему письмо, но он молчит. Вторично после этого писать неловко.

Итак, ты можешь лицезреть наших общественников. Именуются они членами СВП (секции внутр. порядка) и борются с чефиром, который ты воспел. Кстати, после стихов некоторые заявили: «Вот! Про чефир даже стихи пишут, а у нас считается нарушением!». Ладно, не прочти в этом упрёка. Как пишется, как дышится? Бывай здоров. Привози стихи. Теперь встретят как знакомого – вдвойне теплей, радушной. Всего хорошего.

А. П.

28.II.64».

Пометка А. В. Жигулина: «Написал и послал открытку 26.IV.64 г. Ан. Ж.».

«Здравствуй, Анатолий!

Сейчас ты, наверно, занят... Но – извини за беспокойство.

Дело в следующем. У нас есть теперь литгруппа, которая выпускает альманах.

Ребята спрашивают – будет ли Анатолий Жигулин летом? Ты, пожалуйста, черкни по этому поводу пару строк.

И ещё. 20–20 июня у нас литературный вечер. Ребята будут читать своё.

Включено и твоё письмо П. Бородину (стихи его включить пока не можем – ты сам их видел; у нас тут есть довольно опытные – я даже не ожидал, что выявим таких). Так вот: хорошо было бы, если бы ты написал коротенькое поздравление и пожелание литгруппе – мы зачитали бы его с эстрады на вечере. Сегодня 9-ое июня, сделай так, чтобы к 20-му ответ был у нас. Идёт? Это займёт 5 минут для написания, ну, а для ребят будет большим делом. Эксплуатируем тебя!

Как дела? Подборку в «Мол-одой > гв-ардии >» читал. Номер и сейчас у Гонтарева. Что – впереди? Скоро – в Воронеже? У меня всё как было. Чего-то жду, но это наше всегдашнее состояние.

Ирине – привет! За открытку – спасибо, хоть и запоздало.

Итак, ждём письма. К 20-му! Иначе – невпопад...

Желаю всего желаемого. Будь здоров. Держи лапу. От имени и по поручению...

А. Прасолов.
9.VI.64».

Пометка А. В. Жигулина: «Ответил 16.VI.64 г. Ан. Ж.».

Далее письма написаны после того, как А.Т.Прасолов по ходатайству А. Т. Твардовского был освобождён из заключения, и в Москве в 1966 году в издательстве «Молодая гвардия» – тоже при поддержке Твардовского – вышел его первый и единственный при жизни столичный сборник стихов «Лирика».

«Здравствуй, Толя!

Спасибо за письмо. В отношении Буртина – Бардина ясно. Я писал, не имея под рукой той давней телеграммы, поэтому неверно назвал фамилию. О том, что ты в «Лит. газете», не ведал до твоего письма.

Читал твою подборку в «Новом мире». Что нового есть у тебя и где думаешь появиться? Со временем я подготовлю свою подборку и пришлю в «Лит. газету». В случае чего, ты сообщи, если что-либо будет там готовиться.

Гусева часто видишь? Передай ему привет. Если встретишь мою книжку «Лирика», будь добр, пришли экз. два. Здесь нигде её нет – ни в Воронеже, ни в россосанской дыре, где я обитаю.

Всего доброго. А пуще всего – здоровья и стихов. Жму руку.

А. Прасолов.
28.VIII.67».

Пометка А. В. Жигулина: «Ответа не требует – устарело. 2-XI-68 г. Ан. Ж.».

А. Т. Прасолов очень сожалел, что не смог встретиться и «поговорить о сущем» с Анатолием Жигулиным в Москве, когда на весьма непродолжительное время оказался на Высших литературных курсах:

«Здравствуйте, Анатолий и Ирина!

Я не знаю, дома ли ты сейчас, Толя. Хотелось бы этого.

Иринка, ты извини, что в ту пятницу, о которой мы договорились, я не смог не только съездить к Анатолию в больницу, но даже позвонить тебе на работу.

Дело в том, что организаторам краткосрочных ВЛК очень захотелось повезти нас в Ленинград на экскурсию. В четверг, перед той пятницей, в 4 часа дня я был уже вне Москвы, в которой после был проездом.

Вообще, всё промелькнуло калейдоскопически, и только сейчас я в какой-то мере упорядочил весь свой внутренний скарб – результат этих курсов, поездок и прочего.

И очень досадно, что нам с Анатолием не пришлось ни минуты побыть наедине, поговорить о сущем.

Толя, я читал подборку твоих стихов в «Мол. коммунаре» и два стиха, показанные Ириной. О впечатлении, полученном мною от них, особенно о тех, что читал у тебя на квартире, она может сказать сама. Мне вспомнился тогда

и один свой стих – «И когда опрокинуло наземь...» Иринка, думаю, показала его тебе.

Перед нами выступал один из работников изд-ва «Мол. гвардия», знакомил с планом на 1969 год. В нём есть твоя книжка «Поле боя».

У меня сейчас сдана в производство книга «Земля и зенит» – в Воронеже. Название, которое я давал условно (такая досада!) поспешили выписать на обложке. Переделать было нельзя: художник на оформлении моей книжки защитил в Москве дипломную работу.

Выйдет – пришлю.

Я ещё раз очень прошу извинить меня за то, что так и не смог подъехать тогда к вам.

Ещё хочу знать, как дела со здоровьем. Жду ответа. Вовке (речь идёт о сыне А. В. Жигулина. – В. К.) – мой привет. Он человек весьма энергичный и бодрый. Кажется, из своих игрушек он уже вырос.

Жму руки.

Всего самого доброго.

А. Прасолов.
15.II.68».

На конверте письма стоит пометка А. В. Жигулина: «Отвечать поздно. Поеду в Воронеж – встретимся. Ан. Ж. 6-VIII-68».

В писательском архиве А. В. Жигулина сохранилось стихотворение А. Т. Прасолова, написанное размашистым почерком карандашом на листе формата А-4:

И когда опрокинулось наземь,
Чтоб увидеть – закрыл я глаза,
И чужие отхлынули разом,
И сошли в немоту голоса.

Вслед за ними и ты уходила,
Прикоснулась ко лбу моему,
Обернулась – и свет погасила:
Обречённому свет ни к чему.

Да, скорее в близкую темень,
Чтобы след был надёжней затерян,
Чтоб среди незнакомых огней,
Было тёмному сердцу вольней.

Шаг твой долгий, ночной, отдалённый,
Мне как будто пространство открыл –
И тогда я взглянул – опалённый,
Но в неясном предчувствии крыл.

Внизу страницы – приписка А. Т. Прасолова: «Толя, я здесь был, тебя не застал. Как больно! Мы можем умирать от чего угодно, но прежде всего – от ностальгии».

Материалы писательского архива А. В. Жигулина (прежде всего его дневники и письма) однозначно свидетельствуют: Анатолий Владимирович всегда и при любых обстоятельствах относился к А. Т. Прасолову, как к крупному и талантливому поэту. Своему товарищу по писательскому цеху. Земляку... И при жизни, и после трагического ухода А. Т. Прасолова Жигулин делал всё от него зависящее, чтобы «пробить» его стихи в печать, опубликовать рецензию о его творчестве, издать «непроходи-

мую» поэму, помочь вдове с маленьким сыном... Но дневниковые записи А. В. Жигулина о А. Т. Прасолове – это отдельная большая тема, требующая внимания. И мы вернёмся к ней в другой раз.

По словам Р. В. Андреевой-Прасоловой, А. Т. Прасолов высоко ценил поэзию Анатолия Жигулина, пристально и даже придирчиво, словно предостерегая от чего-то наносного, не свойственного его поэтическому голосу, наблюдал за развитием его таланта, выходом его новых сборников.

– Скитаясь по районным газетам, – вспоминает Раиса Васильевна, – он хранил при себе в старом потрёпанном чемодане очень мало книг, видимо, самые дорогие для него. Среди них были томик стихов Александра Блока, «Из лирики этих лет» Александра Твардовского и «Прозрачные дни» Анатолия Жигулина. Однажды, обращая моё внимание на обложку тоненького жигулинского сборника, где была изображена несколько мрачноватая крона дерева, он сказал: «Похоже на Толины лёгкие после Колымы...». С такой болью, с таким сочувствием, – как говорят о близком человеке.

Память об А. В. Жигулине и А. Т. Прасолове жива на родной воронежской земле. Их именами названы улицы, библиотеки в областном центре; на домах, где они жили и работали, установлены мемориальные доски. В дни памяти и дни рождения поэтов устраиваются ежегодные Жигулинские и Прасоловские чтения.

В марте 2015 года комиссией по культурному наследию при администрации г. Воронежа принято принципиальное решение об установке памятника А. В. Жигулину (осталось найти спонсора).

Нет сомнения, что также достоин памятника на воронежской земле и поэт А. Т. Прасолов.

г. Воронеж

Литература

1. Жигулин А. В. Материалы писательского архива / А. В. Жигулин // Фонд Воронежского областного литературного музея им. И. С. Никитина.
2. Письма А. Т. Прасолова А. В. Жигулину. ГАВО. Ф. Р-3293. Оп. 1. Д. 2464.

Г. Литвинцев

Профессия – литератор

Так вышло, что мне пришлось дважды возвращаться в Россию из эмиграции. Первый раз с родителями из Китая, где явился на свет в 1946 г. на станции Хаке, под Харбином. Конечно, не по своему выбору: намного раньше, в Гражданскую, деды бежали за границу от красных. Второй раз – из Литвы, уже по собственному решению, когда льдина Прибалтики вдруг откололась от российского материка и стремительно поплыла на Запад. Пришлось прыгать через образовавшуюся трещину. С тех пор, с 1993 года, живу с семьей в Воронеже.

Желание сочинять проявилось ещё в Казахстане, на целине, куда ссылали на первое время репатриантов из Китая. Ещё в восьмом классе, надумав стать литератором, отправился я со стихами на велосипеде из своего поселка Аман-Карагай в райцентр. Как сейчас вижу: тучный Жаназар Бокеевич, редактор, разглядывает меня с лёгкой усмешкой, подвигает пиалку с чаем, а сам берёт и читает мои листки. «Вот это, про целину, можем поставить», – говорит он. Ещё бы! Я же тот стихок специально и сочинил, понимая, что элегии и мадригалы (а стихосложению я учился у классиков) мало подходят для будничных страниц районки.

– Стихи хорошо, а не хочешь ли попробовать себя журналистом? – продолжал редактор. – Написал бы вот, как у вас там элеватор готовится к приёму нового хлеба. Возьмётся? Я позволю директору.

На другой же день я отправился на элеватор. И директор собственной персоной показывал мне, мальчишке, бетонные амбары, рассказывал, объяснял. Целую тетрадку я тогда исписал и повёз в редакцию. И снова Жаназар Бокеевич читал, посмеивался, что-то черкал. А в газете заметка вышла совсем маленькая и с чужими словами, не узнать. Это я потом понял, что в газетах язык особый, специальный, он вроде бы и похож на человеческий, но всё равно какой-то другой, каким в жизни люди не говорят. Главное – вышла же, вышла заметка, под моим именем! А потом и вторая, и третья. Так забрезжил манящий свет славы.

Тем не менее учиться в Уральском университете (по-нынешнему в г. Екатеринбург) я пошёл на историка: боялся завалить вступительный экзамен по иностранному языку, а на историческом он тогда не требовался. Конкурс был девятнадцать человек на место – так популярны тогда, в кон-

це шестидесятых, были гуманитарии. Получил диплом, предлагали остаться на кафедре. Однако ходить с головой, повернутой в прошлое, мне разонравилось, хотелось чего-то живого, прежние пристрастия проснулись, и я пошел стучаться в молодежную газету. Дело было весной, поручили написать репортаж из городской оранжереи о букетах к Женскому дню. «Белыми кошками перебежала дорогу поземка», – начал я материал в ритмике любимого тогда Андрея Белого. Прочитав эту первую строчку вслух, редактор посмотрел на меня с неодобрительным интересом: «Гена, а ты, чего доброго, не собираешься ли в писатели? Учти, нам нужны журналисты, работяги, без выпендрежа». Пришлось заречься от всяких литературных измов и декадентщины в пользу сурового газетного минимализма.

Довелось поесть и солдатской каши. После армии избрал для жительства Вильнюс. Приехал посмотреть, а остался на двадцать лет: очаровал этот город, всем обликот выпадающий из нашего времени. К тому же, по семейному преданию, предки мои попали когда-то в Сибирь именно из Литвы. Визы тогда не требовалось, железный занавес существовал, но на значительном отдалении. В Вильнюсе начал с республиканской русской газеты «Советская Литва», вырос в ней до зав. отделом промышленности, затем освоился в московских изданиях. Стать собственным корреспондентом центральной газеты – об этом тогда мечтали все журналисты. Работал в «Лесной промышленности» (отраслевое издание, требующее немалых специфических знаний), в «Советской культуре», а в самые бурные для Прибалтики время (1989–1993 гг.) работал корреспондентом «Известий». Материалы из Литвы Москва в те годы запрашивала по несколько раз в день. Приходилось дневать и ночевать в окруженном баррикадами Верховном Совете, в приемной Ландсбергиса, в ЦК Компартии, в совете «Саюдиса», у телебашни, в казармах омонцев.

Переехав из Литвы в Воронеж, увидел, что из больших центральных изданий здесь не представлена «Российская газета». В редакции «РГ» обнаружилось немало бывших известинцев, которые меня хорошо знали. Так я на пятнадцать лет (1994–2009 гг.) прописался в «Российской газете» – сначала собкором по Воронежской и Липецкой областям, потом директором образованного представительства по Центральному Черноземью, в конце – снова собкором.

Говорят, журналистика помогает владению словом, но, с другой стороны, портит его. Впрочем, наверное, кому как. Художественных вещей

Об авторе: Литвинцев Геннадий Михайлович, журналист, член Международной гильдии писателей. Направления творчества: поэзия, проза, публицистика, литературоведение, переводы.

в годы активной журналистики я писал немного – стихи, рассказы, кое-что помещал в литературных журналах. Вышла книжка стихов.

Сейчас времени для писательства, конечно, больше. И не только времени, но и желания. Стал печататься в литературных журналах – российских и зарубежных. Вступил в «Союз писателей XXI века». Работы отмечены дипломами литературных конкурсов, Первой премией Довлатовского литературного фестиваля (Псков, 2015).

Последняя большая публикация – «Сон ласточки», повесть о русской эмиграции в Маньчжурии (журнал «Подъём», 2015, №10). Увлёкся историей и культурой Востока: окончил недавно приключенческую повесть из времени Опиумных войн в Китае, и сразу же пустился «Тропой Заратустры» в древний Иран. Журналистика свелась к редким публикациям «по случаю» – в журнале «Подъём», «Литературной газете», в интернет-изданиях.



«Голос Рамони»

Тип издания: районная общественно-политическая газета.
Муниципальное образование: Рамонский муниципальный район.

Главный редактор: Богданов Александр Александрович.

Число выходов в неделю – 1, число полос – 16.

Тираж – 4040, количество посетителей сайта (в неделю) – 4600.

Почтовый адрес: 396020, р. п. Рамонь Воронежской области, ул. Советская, д. 11.

Е-Mail: golos_ramoni@mail.ru, gr_31@mail.ru, anna_ignatova@bk.ru

Тел.: (47340) 2-10-36, 2-17-36; 8 906 582 1110.

Газета «Голос Рамони», выходящая с апреля 1932 г., популярна у читательской аудитории (более 4 тыс. подписчиков в Рамонском районе; розничный тираж – 150 экземпляров; охват – 15 % населения района).

Еженедельно в рубрике «Новости региона» читателям предлагается подборка сообщений о самых интересных событиях в районах Воронежской области. Под рубрикой «Главное» освещаются проблемные вопросы ЖКХ, публикуются комментарии должностных лиц и специалистов, публикуются материалы о состоянии сельского хозяйства в районе.

Регулярно публикуются материалы, освещающие памятные даты истории России, воспоминания ветеранов Великой Отечественной войны и участников боевых действий в горячих точках.

Ежемесячно печатаются тематические полосы и подборки: «Во саду ли, в огороде», «Здоровье», «Женский клуб», «Умник» (материалы о науке, технологиях и загадках природы), «Православный дневник», «Я – потребитель», «Рамонь спортивная».

Еженедельно публикуются ответы разных специалистов на вопросы жителей района, которые помогают читателям разобраться в вопросах законодательства, получения льгот, госуслугах, трудоустройства, поведения в тех или иных жизненных ситуациях.

Под рубрикой «Испытано на себе» публикуются материалы изучения журналистами различных ситуаций по обращениям читателей (Все ли детские площадки безопасны? Всюду ли можно пройти с детской коляской? и т. д.); под рубрикой «Людские судьбы» выходят материалы о земляках, проживших интересную трудовую, военную жизнь; о людях, увлеченных творчеством, искусством, спортом; общественных активистах.

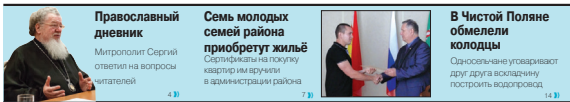
Популярны рубрики «В сети» (публикуются мнения жителей района по самым обсуждаемым в соцсетях вопросам и рейтинги новостей района на портале «РИА Воронеж»), «Общество» (материалы о жизни школьников, молодежи), «Прямая линия» (встречи с представителями органов власти, руководителями организаций и ведомств района).

Акцию, посвященную безопасности детей, журналисты районной газеты Рамонского муниципального района Воронежской области «Голос Рамони» провели после нескольких сообщений в средствах массовой информации о похищении детей в Воронежской области. Главной ее целью было привлечение внимания родителей к тому, насколько информированы их дети о правилах безопасного поведения на улице – в отношении контактов с незнакомцами. С разрешения родителей и под контролем представитель районной комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав журналисты попытались увести с детской площадки гуляющих детей. О результатах этого эксперимента газета рассказала читателям на своих страницах. Позже эту акцию поддержали школьники – подготовленные сотрудниками районной газеты памятки с правилами безопасного поведения дома и на улице дети раздали младшим школьникам.

Ещё одна акция районной газеты была направлена на сбор средств для лечения юного рамонца, страдающего онкологическим заболеванием. К журналистам присоединились работники культуры, которые провели благотворительный концерт. Собранные на нем пожертвования – около 30 тысяч рублей – передали семье мальчика. Акция продолжается.

Специальный проект районной газеты «Ситуация» рассказывает читателям о проблемах малых сел района, поднимает вопросы, беспокоящие их жителей. По итогам журналистских расследований информация о сложившейся ситуации доносится до руководителей предприятий, органов местного самоуправления, ответственных за организацию бытового и коммунального обслуживания населения, их комментарии публикуются в газете. Один из последних примеров таких публикаций – рассказ о встрече корреспондента районной газеты с жителями села Борки, которые обратились в редакцию с просьбой помочь организовать в их селе работу автолавки – в селе нет ни одного продуктового магазина.

А. Богданов



Голос Рамони

№ 41 (1076)

СРЕДА, 23 октября 2015 года РАЙОННАЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ГАЗЕТА

Журналисты «Голоса Рамони» попытались украсть ребёнка

И провели акцию «Наши дети — не для похитителей». Особое внимание детской безопасности «Голос Рамони» решил уделить после громких преступлений против детей, совершённых этим летом в областном центре.



Акция прошла в несколько этапов, проработав в основном районный уровень. В рамках акции «Наши дети — не для похитителей» в рамках акции «Наши дети — не для похитителей» в рамках акции «Наши дети — не для похитителей»...

В ЧИСТОЙ ПОЛЯНЕ ОБИДЕЛИ КОЛОДЦИ

Соросовские угрожали друг другу волевыми постройками водопровода.



Сева Лопаты, Борки, Мишцы и Берёзово отметили 400-летие

Две акции



Во дворец Ольпыбургских прощали благотворительный аукцион «Белый цветик» и «Белая юбка»

Цифра номера 260 тысяч рублей

Прогноз погоды на 24.09-27.09



Акцию районной газеты поддержали школьники

Школьники из 7-й Рамонской школы приняли участие в акции «Наши дети — не для похитителей».



Сотники из Москвы помогут воронежским коллегам оценить хозяйственную жизнь на селе

Сотники из Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» и специалисты из ВУЭУ организовали совместный проект.

Бобровский хоккейный клуб обыграл команду столичных журналистов

В Бобровском хоккейном клубе состоялся матч против команды столичных журналистов.



На конкурс лучших слёз Воронежской области в 2015 году поступило 346 заявок

В конкурсе «Лучшие слёзы Воронежской области» в 2015 году поступило 346 заявок.



В центре Богдачура состоялась демонстрация военной техники и вооружения

В центре Богдачура состоялась демонстрация военной техники и вооружения.

Воронежский этап конкурса воспитателей выиграла педагог из Острогожска

Воронежский этап конкурса воспитателей выиграла педагог из Острогожска.



Директор российского сельхозпредприятия «Подписки» своих коров

Директор российского сельхозпредприятия «Подписки» своих коров.

Красивый парк получили жители Ямного

Сдан третий парк, который построили к 50-летию района



В Ямном районе в сентябре КД завершил строительство нового парка.

Всё в одном

16 октября в Рамони открылся офис «Мои документы»



Рамонский офис стал первым из девяти муниципальных центров, которые открылись в области до конца этого года.

Рамонские артисты — Сергею Склокину

14 октября в РКЦД Рамони прошёл благотворительный концерт, средства от которого направлены на лечение нашего юного земляка



Организованный коллектив артистов Рамонского района, который возглавляет Сергей Склокин, выступил на благотворительном концерте.

Репортер на секретов

Команда учащихся техникума «Перемены» стала победителем

В Рамонском лицее прошла Х районная олимпиада по основам избирательного законодательства среди школьников и учащейся молодежи



В этом году в олимпиаде участвовало 15 команд. Победителем стала команда техникума «Перемены».

Доброе дело

Фермер подарил односельчанам салют

Большая Верейка отпраздновала очередную годовщину рождения



Участники праздника собрались на стадионе в Большой Верейке.

«За изобилие»

Тип издания: районная газета (г. Россошь).
Муниципальное образование: Россошанский муниципальный район.
Главный редактор: Карузина Елена Сергеевна.
Число выходов в неделю – 1, число полос – 16.
Тираж – 5679, количество посетителей сайта (в неделю) – 90000.
Почтовый адрес: 396659, Воронежская обл., г. Россошь, ул. Пролетарская, 2.
E-Mail: zaizobilie@mail.ru
Телефоны: (47396) 2-37-88, 8-920-414-15-66.

Еженедельная россошанская районная газета «За изобилие» издается с ноября 1928 года. На протяжении 87 лет распространяется на территории Россошанского района Воронежской области.

Несмотря на высокую конкуренцию (в районе с численностью населения более 94 тыс. человек – 4 еженедельные газеты, 6 радиостанций, 2 телеканала), наше издание пользуется высокой популярностью у населения. Газета «За изобилие» удерживает подписной тираж более 5 тыс. экземпляров, еженедельный розничный тираж – более 300 экземпляров.

Более 60 % площади издания посвящаются социально значимым, общественно-политическим темам, образованию, спорту, культуре. Реклама в газете занимает не более 40 % печатной площади.

Еженедельно публикуются тематические страницы «Умник», «Женский клуб», «Скажите, доктор», «Православный дневник».

Ежеквартально «За изобилие» проводит прямые линии с руководителями местных администраций, в ходе которых читатели задают вопросы главам муниципалитетов по телефону и получают ответы. Такая форма общения жителей с главами района и города очень популярна у россошанцев. Своей задачей мы считаем не только рассказать всем, о чем спрашивают власть простые люди, но и в дальнейшем проинформировать о том, как решена проблема, чем помогли конкретному человеку, довести до сведения читателей примеры реагирования на их запросы.

Редакция планирует интервью с ответственными руководителями в сфере правопорядка, ЖКХ, МСЧ, образования и здравоохранения. По телефонам нам задают вопросы, которые потом адресуются чиновникам.

Обратной связи с читателями в нашей газете уделяется особое внимание. В каждом номере пу-

бликуем телефоны и электронные адреса редакции. Помогают нам и социальные сети. Мы даем возможность людям стать авторам небольших заметок, выступить в роли очевидцев событий, первым рассказать о происшествии, чрезвычайной ситуации.

Россошанцы активно участвуют в фотоконкурсах и опросах. Самые резонансные и обсуждаемые в соцсетях темы тоже освещаются на страницах газеты. Комментаторами в таких случаях выступают наши инициативные друзья и участники групп в «Одноклассниках» и «ВКонтакте».

В газете «За изобилие» регулярно выходят материалы, посвященные патриотическому воспитанию, межнациональным вопросам, адаптации людей с ограниченными возможностями. Издание реализует долгосрочные проекты, посвященные памятным историческим датам, краеведению, судьбам известных земляков.

В течение всего 2015 года редакция россошанской районной газеты «За изобилие» осуществляла проект «Наша Победа», посвященный 70-летию Победы в Великой Отечественной войне.

Мы призвали наших читателей рассказать о своих родственниках – ветеранах войны, в том числе, и о тех, кого уже нет в живых.

В адрес редакции поступили десятки звонков и писем. Истории, рассказанные нашими читателями, легли в основу журналистских материалов.

Мы считали, что этот проект будет интересен не только ветеранам, их семьям, но и молодежи, учителям, краеведам и многим другим, и не ошиблись. Газетные статьи обсуждались в школах на классных часах, имена давно ушедших героев звучали на митингах, посвященных 9 Мая.

Задача, которую ставила перед собой редакция – вспомнить рядовых солдат Великой Отечественной, реализовалась вполне. Примерами любви к Родине, храбрости, стойкости, проявления гражданского долга для молодых россошанцев стали судьбы и дела их дедов и прадедов.

В течение 2015 года в рамках редакционного проекта «Наша Победа» было опубликовано свыше 20 материалов.

Собранная редакцией информация о земляках, не вернувшихся с фронта, была передана для составления «Книги памяти» Россошанского района.

Е. Карузина

«Изобилие»

Россошанский областной еженедельный журнал. Выпущен с ноября 1924 г.

АКТУАЛЬНО
С 1 августа на один рубль подорожает проезд в маршрутках

НОВОСТИ РЕГИОНА
В Воронежской области стали чаще рождаются двойни и тройни

Вишнёвое изобилие

В этом году россошанские садоводы получили рекордный урожай сочных и полезных ягод. Сбор и реализация продлится до конца июля



Путевки на приобретение билетов в санатории в разгар сезона

ПОДПИСКА
Цена почтовой подписки на 5 месяцев - 350 рублей.



Не успели подписаться? Не беда! Оформить подписку с августа и до конца года можно на почте и в редакции.

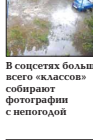
ЗВОНИТЕ
У вас есть сенсационная новость?

ИНИЦИАТИВА
Байдарчики очистили участок реки Черная Калитва от мусора и затворов



В центре больше всего «классов» собирают фотографии с подпиской

ТРЕНД
В центре больше всего «классов» собирают фотографии с подпиской



«МОН ДОКУМЕНТЫ»
Теперь можно бесплатно и без комиссии получить в библиотеке копии документов с периодическими изданиями

НАША ПОБЕДА

ЖИВИ И ПОМИНИ
Россошанцы высказались о 75-ти годах победы

Наши районы присоединились к Всероссийской акции «85 Побед»

В редакцию райкомы прислали письма благодарности

С поля - в армию
Многие россошанцы в Старой Калитве в 1919 году воевали с немцами

После окончания войны Иван Николаевич Еремеев служил в армии

«ЗА ИЗОБИЛИЕ»

Дорогие друзья! Приглашаем вас принять участие в редакционном проекте «Наша Победа», посвященном 70-летию со дня окончания Великой Отечественной войны.

Связист Носачёв под огнём пулемётов за три часа проложил телефонную линию

За обеспечение связи по освобождению Белогощан он получил медаль «За отвагу»



Иван Носачёв, связь 1942 года. Фото из семейного архива

Несмотря на пулемётный огонь противника, ему удалось обстрелять телефонную связь между командиром дивизиона и командиром батальона.

После освобождения Белогоща Носачёв служил в войсках связи, в том числе в период Сталинградской битвы.

НАША ПОБЕДА

Дорогие друзья! Приглашаем вас принять участие в редакционном проекте «Наша Победа», посвященном 70-летию со дня окончания Великой Отечественной войны.

Медсестра Клавдия Эсаулова спасла на фронте более тысячи солдат

92-летняя россошанка вспоминает, как помогала бойцам в полевых госпиталях под взрывы бомб и снарядов

Кладья Эсаулова - цыганка в стилизованной военной форме. Интервью

НАША ПОБЕДА

Жды писем по адресу: г. Россошь, ул. Пролетарская, 2

Как Интернет помогает найти пропавших на полях сражений или пропавших в плен? Мы расскажем об этом

В поисках донимать публику поиски документов, в которых описаны события Великой Отечественной войны

Банковские отчёты
Министерство обороны РФ создаст уникальную базу данных на основе документов, хранящихся в архивах

Книжки памяти
Война в памяти - это не только героические подвиги, но и трагедия миллионов людей

Посвящённые военнопленным
Тем, кто служил в плену, но вернулся с оружием в руках

Ольга Жилилова

НАША ПОБЕДА

Посылка от фронтовика пришла через полгоца после похоронки

Михаил Грохольский вспоминает о том, как его товарищи ждали посылки от родных

Звуки музыки в жизни солдат
Музыка была для солдат не только источником радости, но и средством поддержания духа

Посылка от фронтовика пришла через полгоца после похоронки

Михаил Грохольский вспоминает о том, как его товарищи ждали посылки от родных

Звуки музыки в жизни солдат

Ольга Жилилова

«МОЁ!»

Тип издания – городская газета (г. Воронеж).
 Главный редактор: Мазенко Владимир Станиславович
 Число выходов в неделю – 1, число полос – 16.
 Тираж – 5679, количество посетителей сайта
 (в неделю) – 90000.
 Почтовый адрес: 396659, Воронежская обл., г. Россошь,
 ул. Пролетарская, 2.
 E-Mail: moered@kpv.ru, otvet@kpv.rumoe@kpv.ru __
 Телефоны: (473) 267-94-00, 8-951-879-82-47.

Газета «МОЁ!» и портал «МОЁ! Online» – абсолютные лидеры в Воронеже по размеру аудитории (по данным TNS России, аудитория одного номера «МОЁ!» составляет порядка 220 тысяч человек – см. tns-global.ru), а на портал «МОЁ! Online» ежедневно заходят около 50 тысяч уникальных посетителей (liveinternet.ru).

На страницах нашего издания регулярно поднимаются важные общественные, коммунальные, экологические и другие значимые для городского сообщества проблемы. Нередко решение острых вопросов журналистами нашего издания выносилось на федеральный уровень. К примеру, 28 апреля в Санкт-Петербурге на встрече Владимира Путина с журналистами обозреватель «МОЁ!» Роман Прытков поставил перед главой государства вопросы чрезмерного финансирования в кризис региональных государственных СМИ, недостаточного взаимодействия региональных властей с журналистами. Темы, озвученные «МОЁ!» на встрече с президентом, активно поддержали наши коллеги – журналисты независимых СМИ из всех регионов России.

Газета «МОЁ!» подготовила ряд конкретных предложений, которые направила в администрацию президента России, Госдуму, «Общероссийский народный фронт» и правительство Воронежской области. Эти предложения, на наш взгляд, помогут изменить ситуацию с «молчаливыми» чиновниками и с бюджетным финансированием СМИ к лучшему.

Наше издание активно экспериментирует в области распространения газет. В последние годы в Воронеже закрылось немало газетных киосков, но всё это время мы наращивали продажи наших газет в супермаркетах. Кроме того, газета «МОЁ!» продаётся на стойках в кафе, а летом юные газетчики – обычные воронежские школьники – продают на улицах города более 4000 экземпляров газеты в неделю. В рамках акции «Юный газетчик» часть средств от проданных на улицах города газет направляется в Воронежское отделение Детского фонда, который распределяет эти средства на лечение тяжелобольных детей.

Газета «МОЁ!» развивает свой интернет-портал с апреля 2007 года (до этого газета располагала электронной версией печатных выпусков). Сегодня портал «МОЁ! Online» представляет собой ленту

городских новостей, однако от многих других этот сайт отличает высокая степень вовлечённости читателей в обсуждение новостей и создание контента. Так, посетители ежедневно оставляют под редакционными новостями от нескольких сотен до тысячи (и более) комментариев, присылают десятки сообщений в раздел «Народные новости», активно участвуют в онлайн-конкурсах, розыгрышах и т.п. Развитие взаимодействия с читателями и пользователями является стратегическим направлением работы редакции «МОЁ!» и «МОЁ! Online».

Теперь – о некоторых проектах газеты.

«Читай воронежское»

Воронеж – город литературный. Здесь жили такие известные писатели и поэты, как Алексей Кольцов, Иван Никитин, Иван Бунин, Андрей Платонов, Осип Мандельштам и другие.

Редакция «МОЁ!» решила освежить в памяти воронежцев истории наших великих земляков и в 2015 году выпустила серию материалов, объединённых под рубрикой «Читай воронежское».

В этой рубрике «МОЁ!» знакомит читателей с фактами из жизни и творчества выдающихся литераторов, судьба которых тесно связана с Воронежем. Так же мы предложили читателям вспомнить и рассказать о воронежских писателях, поделиться своей уникальной информацией, историями и воспоминаниями о них.

В рамках проекта уже опубликованы подробные статьи с малоизвестными фактами о жизни и творчестве Ивана Бунина, Андрея Платонова, Осипа Мандельштама, Самуила Маршака, Евгения Дубровина, Гавриила Троепольского.

«Юный газетчик»

Уже одиннадцать лет подряд наша газета помогает школьникам открыть в себе предпринимательскую жилку, научиться работать в коллективе, и заработать в дни школьных каникул. В 2015 году 1 июня, в День защиты детей, «МОЁ!» традиционно запустила акцию «Юный газетчик».

Любой подросток старше 14 лет может работать на продаже «МОЁ!». Каждый год молодые бизнесмены устанавливают своеобразные рекорды, продавая десятки тысяч экземпляров газеты «МОЁ!». Кроме того, три самых удачливых юных газетчика по итогам акции получают ценные подарки.

Во время акции ребята не только работают. Для них редакция организует походы в развлекательные центры города. Причём юные предприниматели сами могут выбрать развлекательную программу.

Кстати, участвуя в нашей акции, школьники не только зарабатывали сами. Два года назад юные газетчики предложили распространять свежие номера чуть дороже, чем в киосках, а часть вырученных средств передавать в первую в стране детскую

благотворительную организацию – воронежское отделение Российского детского фонда.

В 2015 году в рамках акции «Юный газетчик» школьниками было передано на благотворительность около 200 тысяч рублей.

«МОЁ!» еженедельно публиковала отчёты о проведении акции, отмечая ребят, которые отличились за прошедший период званием «Юный газетчик недели» и публиковала их фотографий в газете. На конкурс представлен материал, написанный по итогам акции.

(Подробнее об акции – <http://www.moe-online.ru/news/theme/99.html>)

Борьба за экологию в Новохопёрском районе Воронежской области

С тех пор как 2011 году стало известно, что в Новохопёрском районе Воронежской области будут разрабатывать последнее в Европе крупное месторождение никеля, в обществе не утихают жаркие споры. Активисты общественного движения «Стоп-никель» в течение нескольких лет всячески противостоят попыткам освоения месторождения, которое, по их мнению, приведёт к экологической катастрофе.

Можно ли вести добычу и обогащение руды рядом с уникальным Новохопёрским заповедником? Какую выгоду получит Воронежская область от добычи никеля, и как этот процесс скажется на экологии района и региона в целом? Эти вопросы неоднократно поднимались на страницах «МОЁ!».

В 2015 году корреспондентам «МОЁ!» стали из-

вестны новые факты об ухудшении экологической обстановки в Новохопёрском районе.

Материал о заброшенных геологоразведочных скважинах, опубликованный в «МОЁ!», вызвал большой резонанс. Суть проблемы в том, что с течением времени нарушилась герметичность геологоразведочных скважин, пробурённых в Новохопёрском районе ещё в 1960–1980-х годах в поисках нефти и газа (на языке геологов, скважины растампонировались).

На поверхность с глубины 300 метров и более стала изливаться вода, богатая йодом и бромом. Некоторые местные жители поначалу считали её целебной, а кое-кто даже пил эту воду. Однако недавно экологи замерили радиационный фон рядом с одной из скважин близ села Пыховка и ужаснулись: показатели в среднем в 2–2,5 раза превышали норму.

Всего растампонированных скважин, доставшихся в наследство с советских времён, по данным геологов, в Новохопёрском районе около 50. Правда, точное месторасположение большей части их неизвестно. Скважины регистрировались плохо, а после развала СССР многие документы затерялись...

Корреспонденты «МОЁ!» разбирались в сути проблемы и искали пути её решения. По факту загрязнения воды радионуклидами активисты обратились в надзорные органы. Наша газета обратила внимание властей на проблему, которой никто не занимался десятилетиями.

В. Мазенко

11-11-11 Воронеж 2015 г. ENЦИКЛОПЕДИЯ ВОРОНЕЖСКОЙ ЖИЗНИ

МОЁ!

Какие продукты и товары ПОДОРОЖАЮТ И ПОДЕШЕВЕЮТ в ближайшем будущем

Юная американка ИЩЕТ В ВОРОНЕЖЕ СВОИХ РОДИТЕЛЕЙ

Журналисты «МОЁ!» помогли 18-летней Марине ФЕРИС, учившейся в конце 1990-х в американцах, отыскать её воронежскую семью

НА ПОЛЯХ под Воронежем появились ТАИНСТВЕННЫЕ КРУГИ

Как купить полис ОСАГО ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

ТОЛЬНО СЕЙЧАС БЕЗ СПРАВКИ О ДОХОДАХ УСЛОВИЯ ОФОРМЛЕНИЯ

Супер ЦЕНА! Люди, у которых есть компьютер, живут ЗОЛЫЕ и СЧАСТЛИВЫЕ

ООО «САМЫЙ ЧЕРНЫЙ» ЗАМЕНА КУХОННЫХ И МЕДЬНЫХ ДВЕРЕК ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Банки комитет НЕ НАДО ГРЕТЬ

МОЁ! № 13 (1188) 22

Итог акции «Юный газетчик» так держат!

НА РАБОТУ как на праздник!

Юные газетчики «МОЁ!» работают на славу, и отдают с удовольствием

Сейчас победа

После поздравлений участники акции получили награждение. Все присутствующие получили в подарок календары к школе и школьные рюкзаки, а также сертификаты на покупку техники от магазина «М.Видео» (ранее компания не стала спонсором. Каждый из них лишь сказал, сколько лет он прожил, и в том, что любит Виктор Боск, который решил выдать лотерей 9 тысяч «МОЁ!»).

Лирическое, что в прошлом году Виктор занял третье место, а теперь заслужил старшую бронзу в конкурсе «Фотоблог», который тогда тоже занял второе место. На этот раз Феликс стал вторым. Еще один желанный

В этом году часть средств, собранных на конкурс, будет направлена на создание в Воронежской области фонда «Юный газетчик».

Понравилось, что в прошлом году Виктор занял третье место, а теперь заслужил старшую бронзу в конкурсе «Фотоблог», который тогда тоже занял второе место. На этот раз Феликс стал вторым. Еще один желанный

В качестве пригласительного билета к заработанным деньгам Виктор Боск (слева) получил от «МОЁ!» ещё и главный приз – велосипед

Благодарим за поддержку наших партнеров: СЕГОДНЯ.ПРЕССА, СЕГОДНЯ.СМИ, ЦЕНТРОСОЦИАЛИЗМ И БИЛДЕРИД

47 556 ЗАКАЗОВ «МОЁ!» продано в этом году

И это только третья часть всех ребят, которые участвовали в нашей ежегодной акции



Р. Дыкин

Институционализация PR и возникновение конструктивистского подхода к социальным проблемам

Аннотация: в статье рассмотрен конструктивистский подход к социальным проблемам, специфика которого заключается в изучении проблемы не как объективного противоречия, а как риторики. Проведена параллель между возрастанием роли массовых коммуникаций, институционализацией PR и возникновением конструктивистского подхода. Сделаны выводы о перспективах взаимовлияния теоретических моделей исследователей PR и социологов, специализирующихся на изучении социальных проблем в современном обществе.

Ключевые слова: социальная проблема, Конструирование социальных проблем, PR, Связи с общественностью, Конструктивистский подход, Социология массовых коммуникаций.

Основная цель данной статьи – обратить внимание PR-специалистов на недостаточную «смычку» между современной теорией PR и фундаментальным социологическим знанием. В настоящее время профессиональной литературы, посвященной связям с общественностью, достаточно много. Хорошо проработана и тема отдельных направлений PR, в частности, интересующих нас в рамках этой статьи PR в социальной сфере. Однако многие учебники по социальному маркетингу и PR в социальной сфере «варятся» в собственном соку и порой не содержат ссылок на важнейшие работы социологов.

Между тем в современной социологии массовой коммуникации существуют целые направления, представляющие особый интерес для PR-специалистов. Одним из ярких примеров является конструктивистское направление в социологии социальных проблем. Среди теоретиков PR отсылки к исследованиям конструктивистов в настоящее время являются эпизодическими, в то время как учет определенных технологий воздействия на массовое сознание, разрабатываемых в данных исследованиях, представляется нам очень важным для развития и обогащения теории PR.

Об авторе: Дыкин Роман Вячеславович, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры связей с общественностью Воронежского государственного университета.

Влияние социальных наук на становление PR-отрасли

На протяжении всего XX века мы можем говорить об огромном влиянии социальных наук (социальная философия, социология, социальная психология и т. д.) на зарождавшийся институт PR. Российский исследователь Е. А. Осипова пишет: «До появления и развития наук, занимающихся исследованием структуры, сущности, механизмов функционирования социальных систем и процессов <...> мы можем говорить лишь об интуитивном подходе к связям с общественностью» [1, 80].

Совершенно очевидно, что именно этого интуитивного подхода во многом придерживались первые PR-практики, начиная с многочисленных пресс-агентов и заканчивая даже такими известными фигурами, как Ф. Т. Барнум и Айви Ли.

«Серьезный PR», т. е. уже не интуитивный, а опирающийся на научные труды по психологии толпы и управлению общественным мнением, принято связывать с именем Эдварда Бернейса. Являясь практикующим консультантом по связям с общественностью, Бернейс стал и первым ученым, сделавшим объектом своего научного интереса эту новую профессиональную сферу. Его книга «Кристаллизация общественного мнения» (1923) считается первой теоретической работой по PR. По этой книге можно достаточно наглядно проследить, чьи научные идеи составили теоретический фундамент связей с общественностью на заре их становления.

На кого ссылается, чьи теории развивает Бернейс в своей работе «Кристаллизация общественного мнения»? Это такие известные исследователи, как Гюстав Лебон («Психология народов и масс», 1895), Габриэль Тард («Общественное мнение и толпа», 1901), Грэм Уоллес («Человеческая природа в политике», 1908), Вилфред Троттер («Инстинкты стада во время мира и войны», 1916), Уолтер Липпман («Общественное мнение», 1922) и др.

Институционализация PR, их оформление в самостоятельную отрасль, связаны не только с появлением в науке нового предмета изучения (общественное сознание, общественное мнение), но и с постепенным внедрением в систему образования соответствующей учебной дисциплины.

Когда понятия *public relations* еще не существовало, наиболее близким по смыслу термином, обозначающим технологии работы с общественностью, был термин *publicity* («паблисити»). В настоящее время этот термин чаще всего употребляется в значении «публичная известность» или «деятельность по созданию публичной известности того или иного субъекта». Так вот исторически первыми в американских вузах появились именно курсы паблисити. В 1920 г. (по некоторым данным в 1918 г.) в Иллинойском университете такой курс ввел Джозеф Ф. Райт (Joseph F. Wright). В 1922 г. в университете штата Индиана паблисити стал преподавать Франк Р. Эллиотт (Frank R. Elliott).

Далее упомянутым выше Э. Бернейсом в научный обиход было введено понятие *public relations*, разработаны основные принципы и теоретическая база данной дисциплины, после чего стало возможным говорить о развитии собственно PR-образования. История колледжей PR-образования в США такова: уже к 1946 г. 30 колледжей предлагали 47 учебных курсов. Исследование 1970-го г. выявило 303 учебных заведения, в которых читались один или несколько курсов; было зафиксировано также существенное расширение научно-исследовательской деятельности в сфере паблик рилейнз [2, 123].

Аналогичные процессы протекали и в сфере образования европейских стран. Вместе с тем, шло становление профессиональных организаций PR-специалистов. Первые из них – Американская ассоциация по связям с общественностью (PRSA) и Институт PR в Великобритании (IPR) возникли в 1948 г.

Ко второй половине XX в. можно говорить о становлении PR как самостоятельного и полноценного социального института. Более того, данный институт начинает оказывать колоссальное влияние на общественную жизнь. Со временем «иллюзорная действительность», создаваемая усилиями работников коммуникационного сектора (PR-специалистами, журналистами, рекламистами) начинает рассматриваться учеными как самостоятельное поле для исследования (в противовес объективной действительности), что способствует возникновению соответствующих научных направлений.

Так, возрастание роли PR-компонента в массовых коммуникациях способствовало практически революционным изменениям в социологии социальных проблем. Проиллюстрируем это утверждение. В середине XIX в. – первой половине XX в. в социологии социальных проблем господствовал объективистский подход. Другими словами, вне зависимости от того, рассматривались ли социальные проблемы как «социальная патология» (С. Смит, Ч. Ломброзо и др.), «социальная дезорганизация» (У. Т. и Ф. Знанецкие, Р. Парк, Э. Берджесс и др.) или «дисфункция» (Р. Мертон, Р. Нисбет и др.), ученые сходились в том, что изучение социальных проблем всегда сводится к изучению реального мира, объективно существующих противоречий.

Однако возрастание роли PR-компонента в массовых коммуникациях заставило ученых-социологов искать новые подходы к изучению привычных явлений. Изучение объективной стороны социальных проблем перестало удовлетворять социологическое сообщество, т. к. объективистский подход не мог объяснить преобладание одних проблем в массовом сознании в ущерб другим при том, что игнорируемые обществом проблемы де-факто могли оказывать на общество куда более деструктивное воздействие, нежели проблемы признаваемые. Некоторые ученые пришли к выводу, что в современном обществе проблемы «скорее проекции коллективных чувств, настроений, мнений, нежели простые отражения объективных условий в обществе» [3, 300].

В 70-е годы XX в. в социологии появился принципиально новый подход к изучению социальных проблем – конструктивистский. Его задачу хорошо сформулировал один из представителей подхода Д. Лазик: «Кто-то может изучать объективный мир. Конструкционисты же сосредотачиваются на смыслах, которые люди создают в нашем мире» [4, 14].

Особенности конструктивистского подхода к социальным проблемам

В отличие от сторонников объективистского подхода, изучающих условия возникновения социальных проблем и их количественные характеристики, конструктивисты (Дж. Китсьюз, М. Спектор, Дж. Бест, Д. Лазик, С. Хилгартнер, Ч. Л. Боск) сосредоточились на изучении социальных проблем как риторики. Отставив на второй план объективные основания социальных проблем (контекстуальный конструктивизм) или совсем их отбросив (феноменологический конструктивизм), представители данного подхода решили сфокусировать свое внимание на том, как эти проблемы преломляются в общественном сознании [5, 112].

С точки зрения конструктивизма социальная проблема – это не только и не столько объективное противоречие, сколько деятельность индивидов и групп по выражению недовольства и выдвижению своих требований. Статус проблемы получают только те ситуации, в отношении которых ведется активная коммуникационная деятельность. И когда, как не во второй половине XX в. (именно в это время телевидение становится общедоступным, а массовые коммуникации пронизывают весь социум), знание основ коммуникационной деятельности становится едва ли не единственным шансом попадания в актуальную повестку дня.

По сути, ученые, стоявшие у истоков конструктивистского подхода, вынесли из окружающей их действительности одну простую мысль: если исчезнет объективное условие проблемы, она все равно может остаться в общественном сознании. Если исчезнет коммуникация вокруг проблемы, шансы на ее сохранение в общественном сознании равны нулю.

С. Хилгартнер и Ч. Л. Боск прямо пишут о том, что PR-специалисты активно включены в процесс проблематизации / депроблематизации действительности наряду с другими работниками средств массовой коммуникации. Причем для них «социальные проблемы – это всего лишь обычная повседневная работа в их офисе». Таким образом, ученые подчеркивают, что в нынешних условиях конструирование социальных проблем в массовом сознании давно не является прерогативой общественных активистов, что эта деятельность профессионализировалась. Более того, продолжают С. Хилгартнер и Ч. Л. Боск, «многие группы [активистов – Р. Д.] нанимают консультантов, профессионально занимающихся «упаковкой» социальных проблем в виде эмоциональных и выразительных писем».

Множество западных исследований последней четверти XX в. – начала XXI в., выполненных в русле конструктивистского подхода, сосредоточены как раз на том, чтобы определить, как должна быть «упакована» социальная проблема, чтобы получить широкое освещение в СМИ.

В частности, С. Хилгартнер и Ч. Л. Боск выделяют принципы отбора журналистами информации о социальных проблемах, учитывая которые заинтересованному лицу можно повысить шансы попадания в медийную повестку. Среди этих принципов – драматизм, новизна, соответствие ритмам организационной жизни, а также соответствие культурным акцентам и политическим пристрастиям той или иной «публичной арены» [6].

Д. Лазик разрабатывает стратегии проблематизации действительности, позволяющие «впечатать» ту или иную социальную проблему в общественное сознание (конструирование отличного в рамках знакомого, конструирование индивидуальных причин проблемы, конструирование широко распространенного условия, конструирование тяжелых последствий, персонализация проблема и т. д.) [7].

Отталкиваясь от известных методов «упаковки» проблем, П. Ибарра и Дж. Китсюз предлагают ответные стратегии депроблематизации, которые могут быть применены, например, органами государственной власти для развенчания критической риторики со стороны оппозиции (натурализация, контрриторика затрат, декларация бессилия, критика тактики, антитипизация, опровергающие истории, контрриторика неискренности, контрриторика истерии и т. д.) [8].

В последние годы конструктивистский подход к социальным проблемам получил распространение и в России. Наиболее авторитетным его представителем является И. Ясавеев, внесший существенный вклад как в осмысление и популяризацию трудов западных «конструктивистов», так и в развитие их идей, а также применение разработанных ими методик для изучения социальных проблем в российских реалиях. Другие исследователи, работавшие в России и странах СНГ в русле конструктивистского подхода: Г. Ере-

мичева, Ю. Симпура («Недоверие как социальная проблема современной России») [9], П. Мейлахс («Социальная рефлексия наркотической ситуации в Санкт-Петербурге») [10], Н. Елсукова, Т. Купчинова, Г. Рябая («Конструирование социальной проблемы в печатных СМИ», на примере ВИЧ/СПИД) [11], О. Кольцова («Конструирование проблемы полицейского насилия в российской блогосфере: риторика, лейтмотивы и стили») [12] и другие.

Не будет преувеличением сказать, что без исследований социологов-конструктивистов современная теория PR является неполной. Упомянутые выше технологии проблематизации / депроблематизации действительности представляют особый интерес для PR-специалистов, занятых в сфере социального маркетинга.

Напомним, что социальный маркетинг – это деятельность по планированию, разработке, продвижению и оценке программ, направленных на улучшение жизни всего общества, его гуманизацию. Самостоятельными направлениями социального маркетинга являются социальные PR (деятельность по организации специальных мероприятий и взаимодействия со СМИ по поводу реализации и освещения социальных проектов) и социальная реклама (прямое контролируемое продвижение социальных идей и актуализация социальных проблем через СМИК).

Субъектами социального маркетинга выступают государственные органы, НКО, бизнес-структуры и даже индивиды. Примерами мероприятий социального маркетинга являются коммуникационные кампании по популяризации здорового образа жизни, донорства, экотехнологий, чтения, борьбе с наркоманией, алкоголизмом, курением, бытовым насилием, хамством за рулем и т. п.

Понятно, что без понимания механизма превращения социальной проблемы в проблему медийную, специалисту в области социального маркетинга практически нечего противопоставить многочисленным информационным потокам, прямо или косвенно дискредитирующим продвигаемые им общественно полезные идеи. В то же время, зная такой механизм в деталях, можно достичь наибольшего эффекта в коммуникационных кампаниях.

2. Воронеж

Литература

1. Осипова Е. А. Связи с общественностью как средство формирования ценностного коммуникативного пространства : Монография / Е. А. Осипова. – Москва : ИПКосслужбы, 2009.
2. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс / С. М. Емельянов. – Санкт-Петербург : Питер, 2005.
3. Blumer H. Social problems as collective behavior // Social problems. 1971. Vol. 18.
4. Loseke D. R. Thinking about social problems : an introduction to constructionist perspectives. 2nd ed. Hawthorne, N.Y. : Aldine de Gruyter, 2003.

5. Ясавеев И. Г. «Социальная проблема» в социологическом лексиконе / И. Г. Ясавеев // Социальная реальность. – 2006. – № 6.
6. Хилгартнер С. Рост и упадок социальных проблем : концепция публичных арен / С. Хилгартнер, Ч. Л. Боск. – <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2008/2704>
7. Loseke D. R. Thinking about social problems: an introduction to constructionist perspectives. 2nd ed. Hawthorne, N.Y. : Aldine de Gruyter, 2003.
8. Ibarra P. R., Kitsuse J. I. Claims-making discourse and vernacular resources // Challenges and choices : constructionist perspectives on social problems/Ed. by G. Miller, J.A. Holstein. Hawthorne, N.Y. : Aldine de Gruyter, 2003. Pp. 17-50.
9. Еремичева Г. Недоверие как социальная проблема современной России / Г. Еремичева, Ю. Симпура // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1999. – Т. II. – № 4. – С. 145–159.
10. Мейлахс П. А. Социальная рефлексия наркотической ситуации в Санкт-Петербурге: автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. социолог. наук / П. А. Мейлахс. – Санкт-Петербург, 2007. – 20 с.
11. Елсукова Н. А. Конструирование социальной проблемы в печатных СМИ / Н. А. Елсукова, Т. В. Купчинова, Г.С. Рябая // Социология (Минск). – 2010. – № 1. – С. 119–125.
12. Кольцова О. Ю. Конструирование проблемы полицейского насилия в российской блогосфере : риторика, лейтмотивы и стили / О. Ю. Кольцова, И. Г. Ясавеев // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – Т. XVI. – № 3. – С. 81–100.



Л. Федотова

Связи с общественностью: не словом единым

Аннотация: в статье рассматривается внетекстовая деятельность структур по связям с общественностью, а именно ивент-мероприятия, выставки, спонсорство и их место в общем наборе средств по реализации стратегических целей этих структур, где важнейшее место занимает система массовых коммуникаций с ее высокой вероятностью потребления самой массовой аудиторией.

Ключевые слова: структуры по связям с общественностью, массовые коммуникации, аудитория, ивент-мероприятия, выставки, спонсорство, фандрейзинг.

Внетекстовая деятельность структур по связям с общественностью – деятельность вне информационной площадки СМИ производится в рамках реализации стратегических целей СО-структур, к которым отнесем гармонизацию отношения с обществом (как в его части, совпадающей со штатом сотрудников, так и с более широкой совокупностью – общественным мнением в целом или населением места нахождения структуры).

Для достижения этих целей нет равных системе массовой коммуникации. В свое время возникшие как средство передачи информации, газеты, репрезентирующие деятельность новых социальных субъектов, превратились в систему производства собственной социальной информации, тем самым на равных участвуя в решении задач по обеспечению устойчивости социального организма и по выработке целей для его развития. Для существования массовым коммуникациям необходима была экономическая самостоятельность. Они стали продавать обществу свой продукт, а корпоративным институтам – возможность размещать там их информацию. С тех пор структуры по связям с общественностью стали использовать эту систему (т. е. впоследствии и радио, и телевидение) как канал реализации их целей. Более того, до сих пор эта система как площадка для реализации их интересов вне конкуренции: простое объяснение этому – ни один другой канал не имеет такой высокой вероятности потребления самой массовой аудиторией; ни один другой канал так плотно не включен в ежедневное времяпрепровождение этой аудитории; ни один другой канал не производит в таком

количестве продукт, в основном рассчитанный на массового потребителя.

С другой стороны – исторически в процессе развития социального организма проявились интересы отдельных социальных групп, оформившихся как корпоративные образования (промышленные корпорации, общественные некоммерческие организации или политические партии и движения), которые имели цели, решение которых полностью зависело от массы людей в рамках национальных границ в целом: от их поведения, от их отношения. Бизнес-структуры, общественные организации, властные структуры, политики и их объединения – все они нуждаются в общественном мнении, в отклике на эти мероприятия населения всей страны или в реальных поведенческих моделях. Это объясняет усилия социальных институтов по созданию специальных коммуникационных каналов для налаживания общения с массами, а также активное использование традиционных информационных средств, таких как печать, радио и телевидение. Ведь независимо от индивидуальных усилий социальных институтов по информированию общества о своей деятельности с помощью специальных каналов она оказывается прозрачной в том числе благодаря функционированию прессы.

Именно поэтому все корпоративные структуры стремились быть представленными в массовых информационных каналах. Ведь последние, оформляясь как самостоятельный социальный институт по производству информации, по определению ставили своей задачей максимальный выход на массы как на свою аудиторию, значит, они ставили информационные потребности масс во главу угла. Производство массовой информации было обречено на создание такого продукта, который бы нашел массового потребителя – это фундаментальное (хотя и не без исключений) условие рыночного механизма отношений между производителем и потребителем. Производство такого продукта стало главной функцией возникшей к тому времени системы массовой коммуникации. Это нашло отклик у массовой аудитории: она заинтересована в реализации тех функций медиа, которые сложились исторически и обогащаются по мере развития социальных потребностей членов общества.

Итак, по мере развития и прессы, и аудитории, и технологических возможностей системы массовых коммуникаций потребление информации стало повседневной деятельностью больших масс населения; сами информационные каналы

Об авторе: Федотова Лариса Николаевна, доктор социологических наук, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью МГУ, заслуженный научный сотрудник Московского государственного университета.

заинтересованы в кооперации с корпоративными институтами, чтобы обеспечить себе экономическую и политическую независимость и получить постоянно действующий источник общественно значимой информации. И наоборот – корпоративные институты имеют в этом случае ежедневный выход на большие массы людей для реализации своих целей, подкрепленный авторитетом у этих масс информационных каналов, что делает эти взаимосвязи более крепкими.

Пресса формально дистанцируется от узких социальных интересов, представляемых коммерческой рекламой, СО-структурами, политической рекламой. Пресса сделала свой выбор – в этом корень ее сегодняшнего существования: она поставила и рекламу, и тексты ПР «на место». Производители массовой информации должны были предложить на рынок информационный продукт, удовлетворяющий запросы большинства. Структуры по распространению рекламы и СО-текстов на правах рекламы, оплачивая саму возможность производства прессы, вполне удовлетворяется тем, что взамен пресса предоставляет им возможность быть представленными в остальном информационном пространстве жестко фиксированным объемом (для России это 40 % газетной площади и 15-20 % радио- и телеэфира). Происходит это по весьма значимой для рекламы и связей с общественностью причине: мы потребляем прессу, исходя из более широких информационных потребностей (1), наше потребление добровольно (2), мы делаем отбор конкретного информационного источника для своего потребления, исходя из его высокой значимости для нас /престижа, авторитета/ (3). Это делает высокой вероятностью того, что состоится контакт потребителя прессы и с конкретным рекламным сообщением.

Взаимоотношения прессы со структурами по связям с общественностью сегодня укладываются в два варианта: продукт СО-организаций в информационном контексте СМК как оплаченная форма существования и маркируемая как таковая; и ньюсмейкерство таких организаций, когда событийный повод СО-организаций попадает на конвейер обработки информации в СМК точно на таких же основаниях, как информация информационных агентств.

Итак, содержание массовых информационных потоков на сегодня представляет собой симбиоз результатов деятельности **журналистики**, как профессиональной деятельности в рамках функционирования социальной структуры, занимающейся производством и распространением информации с функциями информирования, воспитания, коммуникации, развлечения организации поведения; предельно широкой по тематике; оперативной; объективной по отношению к социальной реальности; воспроизводящей актуальный фактологический и событийный срез этой реальности и налаживающий аналитический дискурс по поводу происходящего со всеми социальными

акторами общественной жизни; **рекламы**, как корпоративной информации с целью инициировать поступок, побудить к действию в целях корпоративного института, для чего создается благоприятное отношение к товару, личности, социально одобряемому поведению; **связей с общественностью**, как профессиональной деятельности в рамках функционирования отдельной социальной структуры, занимающаяся производством и распространением информации в интересах этой отдельной социальной структуры, с функциями налаживания контакта с общественностью, понимаемой как сфера реализации деловых, политических интересов конкретной отдельной структуры; распространения позитивной информации о той структуре, которая инициирует эту деятельность; исправления негативного образа этой структуры; проведения специальных мероприятий в случае с кризисными ситуациями с вовлечением этой конкретной структуры.

Но как мы понимаем, информационные потребности – это далеко не единственные потребности населения. Сами СМИ предлагают материалы, включающие, например, реализацию развлекательных интересов аудитории, включение ее в большой мир за пределами страны, города, более мелких пространств проживания членов общества.

И важно отметить, что службы по связям с общественностью активно эксплуатируют это обстоятельство. Мы тут как раз и имеем в виду внетекстовую деятельность служб по связям с общественностью, а именно – **деятельность по организации событий, выставки, спонсорство, благотворительность**. Хотя по факту они заинтересованы в том, чтобы пресса освещала эти события, увеличивала пространсто происходящего, на этот раз за счет информационного сопровождения.

Первую из этих форм активности СО-структур называют *событийным (event) маркетингом*. Традиционные инструменты такого рода – презентации, семинары, праздненства, корпоративные вечеринки и т. п.

Алгоритм подготовки ивент-мероприятия состоит в подборе формата мероприятия с точки зрения характеристик аудитории; решения задач, связанных с дизайном и внешним оформлением; особенностей отдельных технических решений. Надо учитывать все эти характеристики даже при разработке анонса – изложение аргументов «за» или «против»; где приводить эти аргументы: в начале или в конце сообщения, ссылаться или нет на известных людей, приводить ли статданные или примеры из жизни и т. п., то есть, само анонсирование мероприятия является вполне творческой задачей. Рекламная поддержка в разных каналах информации в любом случае необходима. Причем если речь идет о локальном характере мероприятия, увеличивается нагрузка на локальную же рекламу – в кабельных сетях локального покрытия, в газетах такого же уровня, с помощью листовок

в почтовые ящики населения, раздачи их в пунктах большого скопления людей, объявлений на автобусных остановках и т. п.

Этапу анонсирования мероприятия предшествует определение целей и результатов, стратегии мероприятия, целевых аудиторных групп, анализ ресурсов, составление рабочего плана (если мероприятий много, то и календарного). Само объявление строится на мотивах посещения мероприятия: они заведомо не могут быть одномерными, многие из мероприятий рассчитаны на семейное присутствие. Здесь определяющую роль играет сам характер мероприятия: деловой, развлекательный. Тем не менее следует стремиться к синкретичности функций – деловая полезность должна сопрягаться с комфортом, удобством, обеспечением графика кофе-брейков, а развлекательность должна соседствовать с информативностью, игровыми элементами, викторинами с призами и т. д. В ходе мероприятия, при обдумывании его надо иметь в виду, что существует взаимосвязь между удачной и яркой идеей и экономией бюджета. Последнее может вполне держать в узде самую дерзкую фантазию...

Предполагается, что участие населения или его отдельных групп в мероприятии, организованном по определенному поводу, делает менее навязчивым влияние на него самого присутствия организатора: в виде его атрибутики, названия, демонстрации продукции, бесплатных пробников и т. п. Тем более что присутствие аудитории на событии – это осознанное ее решение. Ощущение свободного выбора тут очень важно. И это несмотря на то, что на специальном мероприятии само присутствие организатора (бренда, фирмы) должно быть тотальным: логотип на сувенирах, билбордах, на печатной продукции, может быть вплетено в сюжет самого мероприятия (детские и спортивные праздненства). Дело за малым: сделать прагматику нахождения там еще и приятным (развлекательным, способом проведения времени с детьми, погружением в деловую или образовательную среду и т. п.). И все же люди приходят на событие – знаковые напоминания не мешают им оценивать происходящее, так сказать, по существу. И если это существо понравилось им, отраженным светом эта позитивная реакция коснется и фигуры организатора... Естественно, что суть происходящего должна отразиться и на акценте приглашения определенной аудитории. Нереализованные ожидания аудитории многократно увеличивают негатив по отношению к происходящему.

Специальные мероприятия можно условно разделить на типы: деловые и развлекательные. Разделение в определенной мере условное, тем не менее, по своей основной задаче они все-таки отличаются, хотя, как мы уже говорили, деловое не означает скучное, а развлечение должно быть наполнено информативным смыслом.

Деловые (конференции, форумы, конгрессы, деловые завтраки, круглые столы). Речь может идти как о мероприятиях, вплетенных в повсед-

невную жизнь СО-служб внутри фирмы/структуры, так и о мероприятиях, ориентированных *вовне*.

Первые, как правило, весьма высоко оцениваются персоналом, способствуют повышению лояльности к своему месту работы, карьерному росту (заметим, что, например, в сфере образования участие сотрудников в конференциях, научных форумах оценивается как повышение квалификации и входит в набор требований при пролонгировании администрацией эффективного контракта с сотрудником). Вспоминаю пример из деятельности транснациональных кампаний, когда обучение кадров из числа местного населения является одним из позитивных факторов, влияющих на выбор последним такой фирмы как места своей работы; упомянем в этом же ряду такой рекламный ход при найме на контрактной основе служащих в ряды армии США: получение мирной профессии бесплатно в ходе самой военной службы...

Мероприятия, которые фирма организует для внешнего потребления, могут сопрягаться с имиджем этой фирмы в бизнес-окружении. Деловой потенциал фирмы является тут основой, как мы бы раньше сказали, обмена опытом, услугой/товаром по обмену идеями, обучению новым навыкам, и он находит спрос на деловом рынке. Некоторые авторы выделяют из ряда деловых мероприятий *образовательные* (семинары, тренинги). Интерес в данных мероприятиях для участников составляют: обучение новым навыкам, поведению в новых ситуациях, повышение квалификации, получение новой специализированной информации. И это очень важная деятельность в контексте всего общества. Известно, что одной из характеристик информационного общества является *обучение на протяжении всей жизни*, дополнительное образование все более становится социальной ценностью, присутствием ее в общественном дискурсе увеличивается.

Так, при организации *конференций*, что может служить иллюстрацией крупного специального мероприятия, на первое место следует поставить *определенную тему с актуальным общественным звучанием*, с обсуждением и предложениями решения различных проблем по избранной тематике. По мере уровня значимости темы в качестве докладчиков приглашаются известные люди – руководители государственных структур, ученые, общественные деятели, эксперты, которые могут дать информацию по обсуждаемой проблеме, а сама она по определению должна быть резонансной, и т. д. Такие конференции широко освещаются в СМИ.

В последнее время большое распространение получили конференции с использованием современных средств коммуникации, например, теле- и видеоконференции, конференции с помощью сети Интернет (вспомним, что даже февральский саммит четверки лидеров государств 2016 г. по решению сирийской проблемы проходил в формате видеоконференции).

К деловым мероприятиям относится и организация *круглых столов*, во время которых руководство

организации имеет возможность представить официальную позицию по теме; обсудить ее с другими заинтересованными сторонами; получить оценку независимых участников. В то же время компания улучшает свою репутацию; формирует свой положительный имидж.

В числе образовательных мероприятий – организация семинаров. Здесь компания ставит перед собой цель, делясь своим опытом и профессиональными знаниями в своей сфере, приобрести репутацию эксперта. Можно использовать обратную связь: проводить анкетирование участников о своей деятельности, фиксировать реакцию участников на обсуждение различных проблем и т. д. В такой ситуации компания завоевывает своих будущих клиентов, которые в случае возникновения проблемы по данному профилю будут обращаться за решением именно к этой организации. При проведении семинаров отчетливо виден взаимный интерес журналистов и компании: первые видят в организации компетентный источник информации, а вторая рассчитывает на освещение проводимых ее силами семинаров.

День открытых дверей преследует цель ознакомить общественные группы (местное население, представители властных структур, иностранных гостей и т. д.) с тем, как работает компания. Компания показывает свою открытость, что способствует доверительному отношению к себе и своей деятельности.

Церемония открытия во многом тоже является имиджевым мероприятием. Для компании очень престижно, если ее новый объект открывает важная персона, например мэр города, министр, курирующий определенную сферу деятельности, звезда шоу-бизнеса и т. д. Кроме того, это значительно повышает интерес к церемонии со стороны общественности и СМИ. Если церемония посвящена открытию социально важного объекта, приглашение известных личностей взаимноинтересно: для VIP-персоны церемония открытия тоже станет важной в плане улучшения имиджа, получения публичности, позитивной известности.

Организация приема важна в этом перечислении с точки зрения того, что в данном мероприятии понадобятся знания этикета – иногда очень строго; когда речь идет о приеме представителей других стран, этикет умножается на особенности ритуального поведения, принятого в этих странах. Еще какое-то время назад в структурах высшего образования по специальности связи с общественностью такие дисциплины были обязательным элементом. Приемы такого рода проводятся по случаю приезда делегации, знаменательной для компании даты, открытия нового офиса и т. п.

Развлекательные мероприятия (корпоративные праздники, вечеринки, шоу, концерты). По целям это инструмент формирования имиджа, информирования общественности о своем существовании. Психологически такая ситуация комфортна и для других воздействий, например, для восприятия

новой информации, появления позитивных ассоциаций. Прибавим бизнес-продвижение товаров и услуг, демонстрацию открытости и социальной ответственности своего бизнеса. Праздники, шоу, концерты нередко попадают в поле зрения журналистов, которые, освещая само событие, способствуют и продвижению его главных действующих лиц: организаторов, партнеров, спонсоров и почетных гостей. При больших масштабах развлекательные мероприятия получают широкий общественный резонанс и становятся значимыми информационными поводами. При организации таких мероприятий нередки примеры спонсорского участия, что снижает расходы компании. Если есть возможность пригласить на мероприятие известных, востребованных СМИ персон, то внимание к мероприятию со стороны журналистов возрастет. То же можно сказать и о площадке, на которой планируется мероприятие. Существует ряд площадок, к которым сформирован высокий уровень доверия со стороны СМИ (если здесь проходит мероприятие — оно не рядовое). Существуют также факторы чисто жизненные, пространственно-временные (близость площадки к метро, погодные условия, наличие или отсутствие конкурирующих событий и т. п.), которые надо учитывать.

При проведении специальных мероприятий есть несколько общих хрестоматийных правил: организовать эффективное рекламное и СО-сопровождение мероприятий; выстроить грамотные отношения со СМИ (рассылка приглашений и предварительный обзвон по сформированной базе; подготовка полиграфической и сувенирной продукции, которая может быть востребована; выделение места, где пресса могла бы получить доступ к распространяемой информации) и т. д.

В целом работа по организации специального мероприятия ведется по трем направлениям: творческая часть; административная часть; работа со СМИ.

Подводя итоги о роли и месте ивент-маркетинга в системе инструментов связей с общественностью, акцентируем главные преимущества организации мероприятий для создания позитивного образа организующей стороны.

1. Сочетание деловой составляющей стороны мероприятия с развлекательной «упаковкой» усиливает эмоциональное восприятие происходящего и, как утверждают психологи, работает на соперничество, а значит, и запоминание происходящего, в том числе названия фирмы и ее услуг.

2. При повторении событие само может стать брендом, что позволяет использовать его при планировании стратегии компании.

3. Мероприятие ивент-маркетинга имеет пролонгированное присутствие в массовом сознании, поскольку начинается до самого события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях в СМИ.

4. Событие может стать поводом для налаживания контактов с журналистами, от которых за-

висит не только освещение конкретного происходящего мероприятия, но и последующих действий компании.

5. На мероприятии ивент-маркетинга можно распространять свою рекламу, пробники, прямые продажи товара, включение товара в викторины, соревнования и т. п.

Говоря о **выставках**, мы должны подчеркнуть основания выделения выставок из ивент-мероприятий. Это стационарность, относительно долгое присутствие в публичном пространстве, возможность представить товары и услуги в ассортименте, полифункциональность – информирование публики и бизнес-структуры, а в последнем случае – еще и возможность заключения договоров на поставку. Все это делает выставки востребованными... Прибавим сюда возможность размещения своих достижений на знаковых городских площадках со шлейфом предыдущих мероприятий... Многие международные выставки по своему резонансу остаются в культуре и международных отношениях... Многие из них являются событием в культурной жизни стран. Бренд фирмы на международных выставках удваивается за счет бренда страны, откуда фирма, а иногда и за счет размещающей страны, что важно как отдельное мероприятие в брендировании территорий.

В свое время советские выставки за рубежом, а также павильоны СССР на международных ярмарках рассматривались как важный канал информирования населения зарубежных стран о Советском Союзе, его социальных и экономических успехах. Так, в большой степени это относилось к рекламно-информационным стендам Интуриста на различных международных смотрях [1].

По данным социологических опросов иностранных туристов, проведенных в 1976–1977 гг., каждый десятый из опрошенных туристов из капиталистических стран и каждый пятый-шестой из опрошенных туристов из социалистических стран называет такие выставки в числе тех источников информации об СССР, к которым он обращался, решив посетить нашу страну. Но цели советских выставок, и, в частности, стендов Интуриста, были гораздо шире. Они ставили перед собой еще и задачу информирования об СССР зарубежного населения вообще. Причем эта задача рассматривалась как задача-минимум. Задача-максимум была – создание благожелательного отношения к нашей стране, тактическая цель – создание положительного отношения к СССР как объекту международного туризма, к конкретному туристскому продукту.

Размещение выставки в другой стране влечет за собой столкновение разных культур, разных менталитетов. И это сегодня большая проблема. Так, в ноябре 2009 г. в преддверии ЭКСПО-2010 в Шанхае, Китай) в оформлении российского павильона шоумен Б. Краснов со своей командой предложил использовать героя книги «Солнечный город» Н. Носова. Солнечный город дал импульс, направление. Лучший город – это город детства.

Логично, что лучшим проводником по его выставленным в Шанхае российским реально-сказочным улицам мог быть только носовский Незнайка. Шанхайская презентация концепции повергла в шок отечественных китаеведов. Оказывается, в построенном на символах китайском языке нет понятия «незнайка». В китайском языке данное слово воспринимается однозначно – невежда. На выставке для китайцев, которые в большинстве своем уважают Россию, это было бы оскорблением страны. Как ни переводи имя Незнайка, для китайцев это классически отрицательный образ иностранца, который по определению ничего не знает и не понимает.

На конечный итог деятельности выставок влияет и время извещения жителей того или иного населенного пункта о предстоящей выставке, а также каналы оповещения жителей об этом. Оказывает влияние на число посетителей и оформление стендов. Без сомнения, специалистам в области рекламы, оформляющим эти стенды, известна сила влияния на восприятие визуальной информации таких ее компонентов, как сочетание текста и фото, свет и движущиеся элементы, композиция (а более конкретно симметрия и равновесие, пропорциональность и взаимоподчинение отдельных элементов, ритм, сочетание цветов, контрасты, повторения и разнообразие) и т. д. [2].

Выставка для компании – это хорошая возможность привлечь к себе внимание целевой аудитории, распространить информацию об организации, презентовать продукт. Есть и другие возможности: провести исследования, изучить спрос и потенциальный рынок продукта; установить партнерские отношения с компаниями-участниками, провести переговоры с нужными людьми; получить в СМИ публикации о компании как участнице выставки; повысить уровень известности компании среди общественности. Процесс подготовки к участию в выставке состоит из нескольких блоков: планирование участия; организация и координация подготовительных работ; обеспечение необходимых ресурсов (сувенирная продукция, подготовка развлекательных мероприятий для публики – викторины, аукционы и проч.).

Интересна практика собственной экспозиционной деятельности компании, например, организация музея компании или демонстрация ее продукции в общественном месте – университете, аэропорту и т. д. [3].

Спонсорство, благотворительность рассчитаны на долгосрочное сотрудничество между структурой/фирмой/организацией/компанией, которые выступают в качестве спонсора, и спонсируемым. Подразумевается, что это сотрудничество взаимовыгодно: для первого это еще один канал общения с аудиторией, второй получает денежную компенсацию. Спонсор получает возможность для формирования, укрепления имиджа, поэтому выбор объекта для спонсорства очень важен – среди кого именно спонсор хочет улучшить или сформировать

заново свой имидж на долгосрочной основе. Спонсор способствует повышению своей узнаваемости или продуктов своей фирмы среди населения и тем самым оказывает воздействие на уровень их продаж, обеспечивая кумулятивный, накопительный эффект. Такая технология в принципе входит в число инструментов традиционного маркетинга, но если посмотреть на использование этого инструмента в связях с общественностью, следует сделать акцент на функции коммуникации: здесь она на первом месте в виде поддержки лояльности, известности, так сказать, головного наименования, а если и возникает ожидание влияния на уровень продаж, то только в отдаленной перспективе...

Чаще всего спонсорские отношения завязываются с организациями, существующими со своими мероприятиями в публичном пространстве не однократно, а на постоянной основе. Это, как правило, спортивные объединения, медицинские и образовательные организации, организаторы выставок, театральных и телевизионных проектов. Здесь повышается шанс на эксклюзивность, что является для спонсора притягательным моментом, несмотря на уровень финансовых затрат. Не случайно наиболее известны примеры спонсорства в сфере спорта.

Спорт притягателен как вид зрелища. Высокий имидж спорта и рост его социальной значимости в современном обществе делает эту сферу привлекательной для маркетинговых целей, что породило в среде специалистов понятие «спортивный маркетинг», впервые появившееся в журнале Advertising Age как понимание спорта «как дополнительного движущего средства для реализации промышленного продукта [4]. Это привело к тому, что сейчас развитие спорта в большинстве развитых стран «процентов на 80-90, а в каких-то случаях и на все 100» зависит от крупных компаний, которые владеют клубами или вкладывают деньги, зарабатываемые в других сферах бизнеса, в спортивные проекты и развитие молодых дарований [5]. Действительно, это очень затратный вид деятельности, и его могут позволить себе, как правило, только крупные корпорации.

В качестве «платы» за свой вклад в развитие того или иного спортивного мероприятия, команды или спортсмена компания-спонсор получает так называемый «спонсорский пакет», представляющий собой целый набор рекламных возможностей, рекламных поверхностей, упоминаний в прессе и во время телетрансляций, эксклюзивные условия реализации своих продуктов на территории спонсируемых соревнований, специально оговаривается такое размещение рекламных щитов, чтобы они попадали в поле зрения телекамер и, соответственно, в поле зрения огромных аудиторий телезрителей. Сфера спорта имеет дело с огромной потенциальной аудиторией охвата, которая продолжает расширяться с глобализацией спортивных событий, международным масштабом многих из них, с развитием телевидения.

Понятно, что Олимпиада в этом смысле вне конкуренции. Здесь спортивному маркетингу присущи те же характерные черты, что и событийному в целом – креативность отдельного мероприятия и «долгоиграющий эффект»: распространение информации о событии начинается обычно задолго до него самого в анонсах, афишах, приглашениях, пресс-конференциях и продолжается в последующих итоговых выступлениях и публикациях СМИ. Олимпийские игры (первые состоялись в 1896 г.) имеют резонанс во всем мире, имеют отношение к политической, социальной, финансовой и многим другим сферам жизни современного общества. Их притягательность для спонсоров состоит в транснациональном масштабе олимпийского движения; наивысшем уровне престижности соревнований, собирающих лучших спортсменов планеты; возможности воздействовать на миллиарды зрителей.

Уже с 60-х годов XX века наметилась конкуренция за право быть спонсором главного спортивного события четырехлетия. Компания-спонсор признавалась единственным партнером Олимпийского движения. На таких условиях в 1985 году первые девять транснациональных компаний заключили с МОК спонсорские соглашения, что принесло Олимпийскому движению \$95 млн. В спонсорской программе 2001-2004 гг. приняли участие уже 10 транснациональных компаний (Coca-Cola, Kodak, McDonalds, Visa International, Xerox и другие), доходы от реализации программы составили \$600 млн. Далее эти суммы только увеличивались.

Телевидение – это каркас, на котором держится механизм олимпийского маркетинга. Оно обеспечивает самый массовый и оперативный доступ к спортивным событиям в ходе прямых эфиров. И это является определяющим при принятии решения той или иной корпорацией об участии в олимпийских проектах в качестве спонсора. Компания достигает огромного СО-эффекта за счет позиционирования на протяжении подготовительных лет в роли «официального партнера Олимпийских игр». В окружении спортивного антуража даже традиционные рекламные инструменты – заставки, логотипы воспринимаются потребителем не как реклама, а как некий элемент самих телетрансляций. Международный Олимпийский Комитет фиксирует в своих договоренностях с телекомпаниями условие выделения спонсорам лучшего рекламного времени, беря на себя роль посредника и получая доход и от корпораций – в рамках оплачиваемых ими спонсорских пакетов, и от телекомпаний – продавая им право на трансляцию и ретрансляцию олимпийских событий (что составляет в среднем около 50 % общего объема привлекаемых в рамках олимпийского маркетинга финансовых ресурсов). Для МОК телевидение важно как средство пропаганды идей олимпизма в мире, поддержания олимпийского бренда, как источник финансирования Олимпийского движения. Спонсоры получают выгоду, поскольку при растущих

ценах на прямую рекламу (прежде всего на телевидении, самом дорогостоящем рекламоносителе) они выходят на потенциальных потребителей с меньшими затратами.

В принципе при таких точках приложения спонсорства имеет место тенденция последних лет, характерная для осознания ценности «качественных» отношений с потребителями: эмоциональная составляющая коммуникации, соотнесенность происходящего с ценностным полем личности.

Приведу пример того, «из какого сора» можно почерпнуть информацию о современной практике спонсорства [6]. Так, корпоративное издание сети аптек – журнал «Самсон» информирует своего потребителя о том, что «Самсон-Фарма» *отпраздновала 21-летие*. И тут же сообщает, что за это время в Москве была открыта 41 аптека, а число постоянных клиентов достигло полумиллиона, причем немалая их часть посещает аптеки «Самсон-Фарма» много лет подряд. В 2015 году сеть планирует расшириться до 60 аптек (кажется, кризис не помешал только фармакологии – Л.Ф.). И при этом – аптека *продолжает помогать спортсменам, в частности, Союзу боевых искусств, лекарствами во время соревнований*. На VII Открытых Всероссийских юношеских играх боевых искусств, в которых участвовали более 5000 спортсменов из разных регионов страны, участники по необходимости были обеспечены. В рамках программы «Забота о зрении» «Самсон-Фарма» приняла участие в выпуске двух альбомов фотографа-натуралиста Сергея Горшкова – «След кошки. Леопард» и «Русская Арктика. Остров Врангеля». В четырех торговых центрах Москвы установили линзоматы с изображением снежного барса, часть средств от покупок в этих автоматах поступает на счет поддержки снежного барса в России. «Самсон-Фарма» выступает в качестве партнера мосфильмской «Киноелки», посвященной 120-летию кинематографа. На время проведения елок на территории киностудии появится сказочная лесная аптека – посетители смогут приобрести там косметику для детей и родителей. Все посетители получают дисконтные карты «Самсон-Фарма».

В рамках партнерства корпоративных структур и социума, характерного для спонсорства, надо упомянуть и относительно новую практику его организации, а именно фандрейзинг. Бизнес приходит к выводу, что без продуманной стратегии присутствия в обществе, предполагающей заинтересованное участие в решении его социально-экономических проблем, эффективная деятельность невозможна. *Фандрейзинг* [7] – это организационный способ стимулирования спонсорства.

Усилия по спонсорству и фандрейзингу получили широкое распространение в западных странах. Сами модели в них различны [8]. Это зависит от различий законодательства и государственной политики, традиций бизнеса и культурного сектора. Общее – это тенденция сокращения государственного финансирования культуры, социаль-

ных программ, отсюда политика стимулирования спонсорства и фандрейзинга.

Особенности каждой из национальных моделей подсказывают свои пути развития ситуации. В США, например, это финансовая поддержка культуры и искусства со стороны бизнеса, спонсирование отдельных театров или оркестров, постановок. «Восточные авиалинии» спонсировали постановку знаменитого «оперного кольца» Вагнера. В США государство почти ничего не тратит на культуру, но из-за льгот, предоставленных жертвователям и спонсорам, оно недополучает в виде налогов значительную сумму, которую можно условно считать «бюджетом» культуры в этой стране. Во Франции «прорыв» в области спонсорской поддержки культуры был осуществлен благодаря принятию закона о меценатстве, подкрепленного такими механизмами, как национальная премия для спонсоров культуры. Этот закон предоставляет меценатам значительные налоговые льготы. В Англии «катализатором» стали программы удвоения спонсорской помощи из государственного бюджета

В развитии спонсорства заинтересован и бизнес, таким образом он демонстрирует социальную ответственность.

Такая практика, понятно, важна и для России. Наряду с художественной, эстетической и образовательной ценностью культура имеет значение как фактор социального и экономического развития, повышения устойчивости и конкурентоспособности страны в целом и ее регионов. Поддержка культуры со стороны частного сектора является дополнением, а не заменой государственного (или муниципального) финансирования. Фандрейзинг может стать одним из факторов выживания и развития организаций культуры, особенно на местах.

Большое значение имеет освещение проблемы поддержки культуры в СМИ. Говоря о поддержке культуры, сегодня чаще всего вспоминают меценатов дореволюционной России. Как и в других направлениях культурной политики, необходимо уравновесить ностальгическое звучание этой темы современными реалиями. Своими усилиями пресса может сформировать общественное мнение, создавая благоприятный климат для развития сотрудничества культуры и бизнеса [9]. Культура может вносить вклад в интеграцию на межрегиональном, национальном и международном уровнях, в создание благоприятного инвестиционного климата, а также в развитие гражданского общества, обеспечение толерантности, предотвращение конфликтов и продвижение демократических ценностей. Роль государства тут может заключаться в предложении моделей для сотрудничества организаций культуры с бизнесом и создании благоприятных условий для развития партнерских отношений между ними. Для развития спонсорства необходимо, чтобы оно стало инструментом в арсенале маркетинговых, рекламных стратегий российских компаний. Примеры спонсорства в России встречаются

сегодня в основном в деятельности крупных корпораций, которые оказывают поддержку или организациям культуры национального значения, или организациям на территориях, где действуют эти корпорации. И опять мы должны упомянуть брендинг территорий. Здесь совместные усилия бизнеса и культурных учреждений вливаются в усилия властных структур по построению климата на территориях, позитивного для проживающего на этих территориях населения, чтобы оно рассматривало эти территории пригодными для проживания, и для внешнего потребления в случае предложения на мировом рынке туристического продукта этих территорий. И это уже может стать стратегически-ми государственными программами.

2. Москва

Примечания

1. Федотова Л. Н. Об эффективности стендов интуриста на выставках за рубежом / Л. Н. Федотова // Проблемы иностранного туризма в СССР : сб. трудов Проблемной научно-исследовательской лаборатории по иностранному туризму Института повышения квалификации руководящих работников и специалистов Главного управления по иностранному туризму при Совете министров СССР. – Вып. 4. – Москва, 1982.
2. Не потеряли своей актуальности и для сегодняшнего исследователя, размышляющего над этими проблемами публикации : Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. – Москва, 1974; Семиотика и искусствознание / [под ред. д. ф. н. Ю. М. Лотмана]. – Москва, 1972; Дмитриева Н. Изображение и слово / Н. Дмитриева. – Москва, 1962; Успенский Б. Поэтика композиции / Б. Успенский. – Москва, 1970; Дегтярев Ю. Торговая реклама : экономика, искусство / Ю. Дегтярев, Л. Корнилов. – Москва, 1969; Эдвардс Ч. Реклама в розничной торговле США / Ч. Эдвардс, Р. Браун. – Москва, 1967.
3. В московском метро на станции «Воробьевы Горы» выставлялась коллекция кукол из музея Театра имени Образцова и коллекция изделий из фарфора гжельского производства. А в канун Дня космонавтики 2015 г. здесь начала работать выставка «Открытие космоса», где выставлены макеты двигателей, ракет-носителей и космических аппаратов. Есть также макет ракеты «Ангара», которая станет основой реализации российской лунной программы.
4. Mullin B., Hardy S., Sutton W. Sport Marketing. Champaign ILL, 2007. – С. 6.
5. См.: www.sportmanagement.ru. Спортивный маркетинг – явление или фантом? Стеганцов А., 27.12.2005. Brand activation. Morel P., Preisler P. and Nystrom A. Stockholm, 2002. – С. 38. www.sportmanagement.ru: Кунцевич Т. В. Рекламный продукт для спортивного спонсорства.
6. Я соблазнилась в аптеке корпоративным журналом «Самсон», который аптечная сеть «Самсон-Фарма» позиционирует как «журнал о том, как сделать жизнь лучше»: на обложке было фото В. Ливанова и обещано интервью с ним. А внутри я нашла и это – примеры из деятельности этой фирмы на стыке спонсорства и ивент-мероприятий. См: Самсон. – 2015. – № 1. – С. 12.
7. См: наиболее полное описание этой практики: Гнедовский М. Формулы сотрудничества / М. Гнедовский // Культура и бизнес : формулы сотрудничества (материалы исследования). – Москва : Институт культурной политики, 2005. – Серия «Культурные стратегии : экспертный клуб». – Вып. 5.
8. Мак-Илрой Э. Культура и бизнес. Путеводитель по фандрейзингу / Э. Мак-Илрой. – Москва, 2005.
9. Оксана Дмитриева. «Нужно восстановить льготу на благотворительность» // Известия. – 2005. – 26 окт. – С. 12.

Медийно-личностное измерение очерковой стилистики

Усложнение функции очерка, его актуализация в рамках проблемы «Личность – общество – государство» делают насущной задачу его медийно-личностного анализа. Накопленный практический опыт, включая наши недавно вышедшие в Абхазии, России, Турции очерковые книги, позволяет выделить те черты публицистической стилистики, в которых закрепляется медийно-личностный аспект. Рассмотрим поочередно три основные черты: динамику, доминанту креативности и духовные приоритеты.

Динамика обусловлена давним свойством очерка, которое оживляется в современных медийных условиях и побуждает напомнить старинное сравнение: жизнь человека похожа на плывущий парусник, встречающий на своем пути большие волны, которые стремятся поглотить, опрокинуть его. Если же парусник сможет преодолеть эти волны – он достигнет своего желанного берега.

Сколько же нужно сил, энергии, воли, терпения, чтобы человек достиг своей заветной цели! По дороге к ней бывают и находки, и потери, эта дорога никогда не бывает гладкой, без рытвин, ухабов, изъянов. Но если человек не останавливается перед ними, не застывает на одном месте, то и будущее тоже делает шаг навстречу этому человеку. Не зря в народе говорят: «К чему стремишься – к тебе повернется». Люди рождаются великими. Но только труд способен высветить это величие. А оно, в свою очередь, дает возможность выстоять перед трудностями.

Знаменитым людям нашего времени посвящены в основном все мои публицистические очерки, собранные в разных изданиях. Я рассказываю о героях патриотах, единомышленниках, беззаветно преданных делу своего народа и своей Родины – Апсны, которые все силы и энергию отдавали и отдают Абхазии.

Писать о людях, войти в их мир – это очень ответственно. Если эти люди живые, то нужно заслужить, чтобы они раскрылись перед журналистом. А если их уже нет – то необходимо заслужить большой авторитет перед их родными, близкими, коллегами, которые должны рассказать нам об их жизненном пути. Журналист, пишущий о знаменитых людях, должен быть искренним, авторитетным в обществе, порядочным и любящим людей.

Если любишь людей и искренне желаешь принести им пользу, профессия журналиста открывает для этого широкий простор. Никакое творчество не может существовать без присущей человеку внутренней потребности в нем.

Журналистика – одна из редких профессий, где знания приобретаются не только в студенче-

ской аудитории, а так же в процессе редакционной работе. Она, как невидимый магнит, притягивает к себе человека. Притягивает, чтобы уже не отпустить.

Вторая значимая характеристика, доминанта креативности, обладает особой медийной значимостью. Молодость любого журналиста – это почти всегда пора творческих поисков и увлечений. Человек словно бы ищет самого себя, свое место в рамках газетной полосы, в разных программах теле-радио передач. Бывает, этот процесс затягивается на годы, но рано или поздно приходит день, когда среди жизненной фактуры вдруг совсем случайно наткнешься на свою тему, и даже дрогнет сердце от поразительного ощущения удачи.

Рассмотренные характеристики позволяют перейти к приоритету духовности. Медийно-личностное измерение нацелено на тот факт, что журналистское творчество – одна из тонких сфер духовного производства. Настоящий журналист всю свою сознательную жизнь должен быть в центре всех событий, где он живет и работает, всегда должен чувствовать внутренний ритм своего общества. Опытный публицист способен помочь своему читателю не только верно понять происходящее, но и действовать в соответствии с требованием времени.

Публицистический очерк обладает широкими жанровыми, композиционными, стилистическими, оперативными возможностями. Потому в определенных условиях, в том числе экстремальных, он незаменим. Многие журналисты, чтобы оперативно, но, в то же время обстоятельнее, подробнее передать важнейшие черты жизни отдельных лиц событий, обращаются именно к такому виду очерка. В этом и я тоже не исключение.

Очерк считается «королем» художественно-публицистических жанров. Но подготовить его не так легко. Эта трудоемкая работа. И здесь основное место занимает духовный настрой, большое уважение к герою очерка, а порой и восхищение. Очерк о человеке должен быть написан сердцем.

Герои моих очерков составляют подлинно движущую силу общества, но их жизнь и деятельность не состоит из одних удач и побед, у каждого есть своя драма, свои промахи, просчеты, своя правда и неправда, свои поражения. Для очеркиста необходимо сопереживать жизненный путь своего героя. Нужно исследовать нравственные, интеллектуальные, творческие стороны своего героя. Таким образом, будут выявлены характеры своих героев, и будет создан удачный портретный очерк.

Самое сложное для очеркиста – это раскрыть духовный мир собеседника. Для этого необходимо

не раз встретиться со своим героям, присутствовать во время работы, во время отдыха, в семье, среди коллег, друзей... Одним словом, необходимо жить его жизнью и определенное время самим находиться в его образе.

Очеркист должен извлечь из биографии своих героев урок для настоящего, видеть в опыте прошлого нечто очень важное для понимания современной жизни. Если журналист в очерки будет выкладывать частицу своей души, то их образы надолго сохраняются в памяти читателей.

В основном в моих очерках воссозданы образы политических, общественных деятелей, известные ученые, композиторы, певцы... Я стараюсь писать о тех, кто мне ближе по духу. Мои очерки чаще рассказывают о добрых и приятных событиях, о людях с большой души. Как известно, у добрых вестей побольше крылья. Такой материал – словно хорошая походная песня: с ней и шагать можно тверже, и идти веселее.

Чтобы публицистический очерк имел успех, необходимо неумолимо использовать разнообразные возможности жанра. Если в очерках соседствуют друг с другом, переходят друг в друга черты очерка-портрета, очерка-биографии, очерка-диалога, очерка-исповеди, то это позволяет

глубоко и ёмко раскрыть характер героя каждого очерка.

Целеустремленность, высокая ответственность, чувство долга подчиняют время и создают драгоценную энергию движения жизни, общества, народа.

Итак, медийно-личностное измерение позволяет выявить такие черты стилистики, которые благоприятствуют использованию очерка в новейшем медиапространстве и с единых позиций объясняют его возможности представить самые разнообразные модусы весьма конкретных субъектов.

**Е. Бебия,
г. Сухуми**

Литература

1. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – Москва, 2000.
2. Бебия Е. Г. Живая память. Из истории СМИ Абхазии / Е. Г. Бебия. – Москва, 2008.
3. Бебия Е. Г. Избранное / Е. Г. Бебия. – Анкара, 2010.
4. Медийные стратегии современного мира. – Краснодар, 2009.
5. Бебия Е. Г. Книги, написанные сердцем / Е. Г. Бебия. – Москва, 2010.

Высшее образование работников СМИ Об итогах конференции Федерального УМО «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

В учебно-методических структурах высшего образования произошла реструктуризация. Образовано Федеральное УМО «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело», председателем которого стала Елена Вартанова, декан факультета журналистики МГУ. Она же возглавила УМС «Журналистика». Председателями же четырех других стали: Анатолий Пую, директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ («Реклама и связи с общественностью»); Виталий Третьяков, декан Высшей школы телевидения МГУ («Телевидение»); Андрей Быстрицкий, декан факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ («Медиакоммуникации»); Константин Антипов, ректор МГУП («Издательское дело»). Ответственный секретарь ФУМО – Мария Лукина, заместитель декана по учебно-методическому объединению факультета журналистики МГУ.

УМС «Журналистика» объединяет около 130 вузов, «Реклама и связи с общественностью» – более 210, «Телевидение» – 10, «Медиакоммуникации» – 2, «Издательское дело» – более 30.

На конференции было отмечено, что в ходе дальнейшего совершенствования высшего образования среди задач ФУМО (осуществление аудита

образовательных программ; разработка проектов ФГОС и подготовка предложений в Минобрнауки РФ; организация работы по актуализации ФГОС с учетом положений профессиональных стандартов; осуществление методического сопровождения реализации ФГОС; проведение мониторинга реализации ФГОС) наиболее насущными следует считать формирование стандарта четвертого поколения и формирование единой позиции вузов и медиаобщественности по вопросам модернизации образования.

Были определены основные направления деятельности Федерального УМО:

- подготовка предложений в Минобрнауки России по проектам федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования;
- участие в разработке проектов федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования;
- организация работы по актуализации федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования с учетом положений соответствующих профессиональных стандартов;
- осуществление методического сопровождения реализации федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования;

- подготовка предложений по оптимизации перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования;
- организация разработки и проведения экспертизы проектов примерных образовательных программ высшего образования;
- обеспечение научно-методического и учебно-методического сопровождения разработки и реализации образовательных программ, в том числе и проведение экспертизы качества учебной литературы с выдачей заключения о рекомендации опубликования;
- проведение мониторинга реализации федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по результатам аккредитации образовательной деятельности, государственного контроля (надзора) в сфере образования;
- участие в разработке и (или) экспертизе оценочных средств для промежуточной аттестации обучающихся и для итоговой (государственной итоговой) аттестации;
- участие в экспертизе содержания и фондов оценочных средств открытых онлайн курсов и формирование рекомендаций по их использованию при реализации образовательных программ высшего образования;
- участие в независимой оценке качества образования, общественной и профессионально-общественной аккредитации;
- участие в разработке программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки;
- участие в разработке профессиональных стандартов.

Особое внимание было уделено вопросу разработки профессиональных и образовательных стандартов, которая должна происходить параллельно, при постоянной взаимоувязке и корректировке. Важно, чтобы в новых образовательных стандартах были сохранены все положительные моменты предыдущих разработок и скорректированы выявленные недостатки, в частности, чрезмерная унификация и оторванность от требований практики. При этом важна совместная работа с общественно-профессиональными организациями (Союз журналистов России, Ассоциация коммуникационных агентств России и др.) по выработке новых моделей образования, в которых практическая составляющая будет иметь равное с теоретической значение. Это сложная многоуровневая модель должна объ-

единить все этапы подготовки: бакалавриат, магистратуру и аспирантуру. Соотнесение образовательных и профессиональных стандартов должно дать ключ к управлению этим сложным комплексом.

Конференция поддержала идею создания отраслевых кафедр, основная задача которых будет состоять в поддержке практико-ориентированной направленности образовательной программы за счет организации подготовки в условиях технологического процесса, специально организованных тренажеров, специализированных рабочих мест. Таким образом, прикладная профилизация будет поддерживаться, несмотря на то, что в дальнейшем планируется отказаться от терминов «академический бакалавриат» и «прикладной бакалавриат».

Конференция поддерживает также идею организации и продвижения сетевых программ, и в первую очередь – программ магистратуры. ФУМО должно сформулировать требования, методические указания, провести конкретную работу по распространению и продвижению сетевых форм. Дистанционное обучение и электронные технологии должны быть вмонтированы в образовательный процесс, наполнены новым содержанием на основе новых подходов и структурного и содержательного изменения программ. Важно с учетом территориального фактора – особенно в регионах – сохранять и развивать заочное обучение, позволяющее многочисленной армии сотрудников медиа получать высшее образование без отрыва от производства и в то же время без потери возможности личных контактов с ППС (повышению качества такой формы образования также способствуют новые технологические возможности – скайп, электронная почта, Moodle и т. п.).

Было отмечено, что одной из основных задач ФУМО остается создание Примерных образовательных программ. При рамочном характере стандартов внедрение ПОП в региональные вузы подразумевает направленность на ограничение лишних компетенций. Необходимо провести широкое обсуждение того, как более рационально разрабатывать ПОП по уровням или по профилям.

ФУМО продолжит работу по созданию единого фонда оценочных средств по базовым дисциплинам, позволяющих оценить качественный уровень образования.

В. Тулунов,
член президиума УМС «Телевидение»

М. Вязовой

Субъективные заметки по поводу «Диагноза...»

Когда в Интернете я увидел анонс книги Павла Маркина «Диагноз: фотокорреспондент», то про себя воскликнул: «Наконец-то издано то, что надо». Название альбома очень точно, хотя и с долей иронии, определяет нашу профессию. Фотожурналистика – это вечный поиск и бег, творчество и образ жизни. Словом, диагноз.

И вот это солидное и тяжелое издание лежит на моем столе, приятно радуя глаз. Книга выпущена издательством Фонда исторической фотографии имени Карла Буллы, и спасибо питерцам за живой памятник славной династии фоторепортеров, одних из основоположников фотожурналистики Карла, Александра и Виктора Буллы.

С удовольствием прочитал три предисловия к альбому. Порадовал очень уместный эпиграф Анри Картье-Брессона: «Когда фотограф наводит видоискатель, линия прицела проходит через его глаз, голову и сердце».

Альбом структурирован по десятилетиям. Перелистывая снимки автора, сделанные более чем полвека назад, поймал себя на мысли, что рассматриваю их с каким-то особым трепетным чувством, будто изображения прошли как бы «просветление временем», стали для нас еще интереснее и дороже. Кстати, альбом – в основном черно-белый, и получаешь особое удовольствие от разглядывания классических монохромных изображений.

Самые «урожайные» годы выпали на перестроечные восьмидесятые и смутные девяностые годы. Получается, что чем тяжелее жизнь, тем богаче арсенал сюжетов фотохудожника. Приятно порадовал портрет Сергея Захарова, с которым мы служили в ансамбле песни и пляски Байконура. Хороший журналистский ход реализован в фотозарисовке «Первый "э" класс». Спасибо Владимиру Шину за то, что эту публикацию увидела вся страна. Особую признательность стоит выразить автору за портреты коллег-фотожурналистов: Бориса Уткина, Георгия Коновалова, Игоря Гневышева, Николая Гнисюка, Феликса Титова и др. Особо ценен кадр, запечатлевший ветеранов питерской светописы: Всеволода Тарасевича, Георгия Коновалова, Александра Михайлова, Юрия Шаламова, Василия Логинова, Серго Григорьяни.

Выразителен фоторепортаж о военном конфликте в Северной Осетии. Опубликованный во всех ленинградских СМИ он органично смотрелся и на фотовыставке, которую устроил автор для осетинского землячества. А затем фотожурналист любезно раздарил эти фотографии для домашних альбомов новым друзьям. В этом весь Павел Маркин. Человек, журналист, организатор и педагог.

Как и должно быть, фотоальбом перемежается большими на разворот снимками, что, конечно же, повышает эффектность зрительного ряда. Прелестны «Крылья белых ночей», «Листопад Екатерининского парка», «Аничков мост». Хороши жанровые сюжеты, подсмотренные, как бы, внутренним зрением мастера: «Подруги», «Нулевички детского сада», «Утренняя электричка», «Митинг в защиту прессы». Но самый лучший снимок – это «Туман 25 марта 2003 года». Такое нежное тонально и колоритно организованное изображение случайно получить нельзя, его можно было выстрадать.

Журналистской удачей считаю «вкусные» репортажные снимки из серии «Кресты». Украшают альбом крупноплановые портреты деятелей культуры и искусства. Снятые мастерски, они преодолевают «газетную» сиюминутность, содержат образ, в котором за внешним сходством просвечиваются черты внутренней духовной жизни героев. Мне вдвойне приятно было встретиться с портретом земляка – ветерана партии В. Виноградова, которого в свое время также посчастливилось фотографировать.

Впрочем, не удержусь от толики замечаний: мне кажется, что объем издания можно было уменьшить за счет более жесткого отбора, исключения так называемых «проходных» снимков (с. 48, 52, 53, 76). Излишне «многословными» получились разделы об Индии, Шри-Ланке, Израиле. Жанровому портрету Юрия Гагарина не хватило сочности и более темной тональности. Ведь даже слегка нерезкому снимку требуется более глубокая печать (особенно это заметно на разворотах). Покоробили слова «лучшие комсомолки лицом чаще всего смахивали на родственниц Бабы Яги...»

От мастера всегда ждешь выстраданного разговора – о профессии, муках творческого поиска, о тех маленьких и больших «хитростях» к которым приходится прибегать при съемке, о судьбе фотографий и жизни изображения во времени... Данный труд, хотя и опосредованно, но дает ответы на эти вопросы: между строк, имплицитно, как сказали бы теоретики. И предстает автор в трех лицах – журналиста, художника и философа. Низкий поклон ему – Павлу Михайловичу Маркину, подвижнику светописы, декану факультета фотокорреспондентов имени Ю. Гальперина при Санкт-Петербургском Союзе журналистов, а также президенту Фонда исторической фотографии имени Карла Буллы Валентину Евгеньевичу Эльбеку.

г. Воронеж

Вышли из печати

Кафедра телевизионной и радиожурналистики факультета журналистики Воронежского государственного университета выпустила сборник «Актуальные проблемы аудиовизуальных СМИ» (Редактор-составитель проф. А. М. Шестерина. – Воронеж : Кварта. – 2016. – 230 с.).

Сборник объединяет усилия сотрудников кафедры и их коллег из других вузов, направленные на изучение наиболее значимых проблем функционирования современного радио и телевидения в их традиционных и новейших формах. Материалы сборника могут быть полезны исследователям журналистики и рекламы, сотрудникам современных аудиовизуальных СМИ, учащимся факультетов и отделений журналистики и рекламы, а также всем тем, кто интересуется проблемами развития аудиовизуальной коммуникации.

Профессор кафедры телевизионной и радиожурналистики Т. В. Лебедева написала книгу «Вокруг Маршака» (Воронеж : Воронежский государственный университет, 2016. – 364 с.).

Книга посвящена истории создания и развития советской детской литературы и журналистики. Организатором этого процесса, сплотившим вокруг себя лучшие творческие силы страны, был Самуил Яковлевич Маршак (1887 г., Воронеж –1964 г., Москва). Настоящая монография – первый подробный рассказ о коллективе создателей детской литературы и журналистики под руководством Маршака.

Книга, хорошо иллюстрированная, рассчитана на юнкоры, журналистов, преподавателей, студентов факультетов журналистики, а также филологов-литературоведов.

Профессор кафедры телевизионной и радиожурналистики В. И. Сапунов выступил в качестве составителя учебно-методического пособия «Система периодической печати западных стран в начале XXI века» (Воронеж : Воронежский государственный университет, 2016. – 46 с.).

Оно, предназначенное для студентов-журналистов, включает следующие разделы: «Качественная ежедневная газета», «Средние газеты», «Массовые газеты», «Региональная пресса», «Еженедельные журналы новостей», «Журналы общего интереса» и «Научно-популярные журналы».

На кафедре стилистики и литературного редактирования подготовлены учебное пособие доцента Е. А. Рязских «Современный русский язык: лексикология» (Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 120 с.) и учебное пособие доцента М. Я. Запорожской «Современный русский язык: осложненное простое предложение» (Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 68 с.)

Первое пособие посвящено важнейшему разделу курса современного русского языка – лексикологии.

Его цель – ознакомить иностранных студентов с основными теоретическими положениями русской лексикологии, научить применять данные положения на практике, выработать навыки анализа лингвистических единиц в контексте.

В издании представлены не только теоретические сведения, но и вопросы для самоконтроля, упражнения различной степени сложности. Для лучшего понимания теоретического материала в пособие включен краткий словарь лексикологических терминов с переводом на китайский, английский, испанский и французский языки.

Рекомендуется для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавриата 42.03.02 «Журналистика» (профиль «Международная журналистика для иностранных граждан»).

Второе пособие предназначено для лабораторных занятий по современному русскому языку и рекомендовано для студентов 2 курса дневного и заочного отделения, обучающихся по направлениям: 42.03.02 «Журналистика» (бакалавриат) и 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат).

Учебно-методическое пособие «Коммуникационный проект (творческая ВКР)» (Воронеж : Воронежский государственный университет, 2016. – 60 с.), подготовленное под редакцией доцентов Е. Б. Кургановой, Е. Е. Топильской, Л. С. Щукиной и А. А. Давтян, является межкафедральным (кроме названных фамилий, среди его авторов также А. Е. Богоявленский, Р. В. Дыкин, В. В. Колобов, Е. Ю. Красова, В. М. Невежина, М. Е. Новичихина, М. А. Шилова, И. А. Щекина).

Оно адресовано студентам, обучающимся по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и работающим над творческим (коммуникационным) проектом, готовя его к защите в качестве выпускной квалификационной работы. Кроме того, пособие предназначено педагогам, осуществляющим руководство творческими квалификационными работами, а также рецензентам. Содержание и структура пособия таковы, что дают ответ на вопросы о целесообразности подготовки ВКР в форме коммуникационного проекта, требованиях к его концепции, форме и методам реализации, апробации и защите.

Доцент кафедры теории и практики журналистики Андрей Золотухин выпустил учебно-методическое пособие «Расследовательская журналистика» (Воронеж : Воронежский государственный университет, 2016. – 144 с.), рекомендованное студентам-журналистам, осваивающим одноименную дисциплину.

А. Золотухин выступил в этом случае не только как теоретик, но и как практик расследовательской журналистики, которой отдал дань в качестве журналиста и редактора «Новой газеты» в Воронеже, «Воронежского бизнес-журнала» и «Версии» в Воронеже»,



В. Хорольский Попытка автобиографии Часть 1

1. Родина...

Я родился на Кубани 14 августа 1951 г. в середине лета. Оно скоро закончилось и перешло в осень, которая, не считая проблесков, длится и ныне. Несколько лет жил в г. Абинске, потом в Краснодаре, в Сочи, где и окончил школу с преподаванием ряда предметов на английском языке, а в зрелом возрасте я долго обретался в Сибири и на Украине (теперь говорят «в Украине», что еще лучше, ибо предлог «на» менее эротичен). Ныне проживаю в Воронеже, так как судьба нелепа. Вот тут и застигла старость, пришло время писать мемуары. Это план-проспект. Черновик. Жаль, жизнь не перепишешь...

В роддоме станицы Абинской, позже она была переименована в г. Абинск, Краснодарский край, я слышал гул стадиона, и с тех пор люблю футбол. В палате, где родился, познакомился с Колей Игнатенко, который родился 13 августа 1951 г. и с которым я много лет учился в одном классе. Увы, сейчас его уже нет в живых, он повесился в день рождения 13 августа 1978 г. на галстук, подаренном его женой и моей бывшей соседкой Людой. Она мне сказала с амбивалентной грустью: «Вы так с ним похожи, два придурка...»... Я тогда решил никогда не уходить из жизни добровольно... Никакие галстуки не подтолкнули меня к этой глупости.

2. Образование, воспитание, мировоззрение

Учился я в абинской средней школе №3, потом в сочинской школе №1, потом в вузе, аспирантуре. Летом, как правило, работал в колхозе, обычно пас коров, которые любили спать на жаре, а я в это время читал книги. В основном зарубежных авторов. А после окончания школы работал на консервном заводе. Там все воровали, но когда я принес первую банку украденного яблочного сока, отец взял ее и сказал: «Витя, жаль, что ты не сидел в тюрьме, как я, ты бы понимал лучше, как это плохо, когда ты сидишь, а другие живут... Если бы я не встретил там Машу (моя мать Мария Александровна Одицова, земля ей вечно будет пухом, преподавала на зоне в 1940-е гг.), я бы стал преступником, а так я инвалид, но уважаемый человек. Я никогда не брал чужого. И ты, придурок, старайся жить честно...». И он разбил банку с соком, но не об мою голову, как я думал, а о собачью будку, так как он в душе был очень добрым человеком. Не помню, были ли мои штаны сухими...

Отец, Василий Федорович – уроженец воронежской земли, деды его приехали сюда из Запорожья и окрестностей реки Хорол, он был репрессирован по 58 статье в Россоши, с отцом, моим дедом, и остальной семьей был сослан в Сибирь, там болел цингой, потом еще кучей болезней, но выжил, а в Минусинске родился мой старший брат, к нему я часто ездил в Сочи. Младший брат живет в доме родителей в Абинске, и тоже всегда ждет меня в гости.

В 1969 г. я поступил на факультет романо-германской филологии Кубанского госуниверситета. Вспоминаются студенческие годы чаще всего как часть жизни-судьбы, от которой не уйдешь. Ясно, что «зеленые годы» (А. Кронин) и жизнь в общагах, как правило, вспоминаются с неохладевающей любовью-ностальгией или с тихой светлой печалью: былого не вернуть, а память, капризное решето, треснутый бинокль и магический калейдоскоп в одном флаконе, фиксирует или, как говорят студенты, «фильтрует» в пользу Эроса, а не Танатоса. Молодость хорошо запоминается. И общежитие видится на исходе дня, в старости, в ином свете, чем в реальной жизни. И сама прошлая жизнь нами частенько идеализируется. Где ты, Мисюся? Даже пустяки, ненужные вроде бы детали, становятся важными... Скажем, для меня сакраментальным воспоминанием на всю жизнь осталось левое крыло общежития, где я встретил свою будущую жену, о которой легко писать после 40 лет совместных мытарств. Это место, где я прожил в маленькой комнатке на третьем этаже принципиально значимый кусок жизни.

Однажды, приехав в командировку (на заседание Ученого Совета по защите диссертаций) в Кубанский университет, я поселился в гостинице рядом с тем общежитием. Естественно, я зашел в комнату № 342, где не был более 30 лет, но где жили опять же студенты факультета РГФ. Зашел и на факультет. Там абсолютно случайно встретил «друга» молодости, зам декана В. Белокопытова, увидел его, пробегая по факультету после долгого отсутствия. Смотрю, идет весь седой, согбенный. А у меня был с ним острый, как его нос, конфликт, он ведь отвечал за общежитие, когда был заместителем декана. Хотел меня выгнать за нерадивое отношение к мебели и глупые шутки. Особенно он разозлился на меня после одного эпизода. Он преподавал технику звукозаписи, мы ее

называли просто «звукотехникой». Однажды на практическом занятии я позвал его на помощь, «по запарке» (популярное выражение тех лет) спутав фамилию. Я громко крикнул: «Товарищ Звукокопытов, пожалуйста, подойдите ко мне...». Он принял это коверкание имени за насмешку. Выгнал меня из лаборатории, а позже гнал из общежития, но я уперся, жить было негде, денег на квартиру не было. Собрание комсомольское собирали, но оно, собрание, встало на мою сторону, хотя декан Аркадий Соломонович Рохлин вообще предлагал меня отчислить. Он предчувствовал тот миг, когда я на собрании отличников всего вуза в присутствии высокого начальства расскажу, как поступают и учатся на факультете РГФ «блатные». Есть где-то фото, где Рохлин изображен в эту минуту своей скорби. Он сидит в президиуме рядом с ректором и чиновником по образованию, схватившись за голову, а рядом я на трибуне, «глаголю истину». Они думали, что я буду благодарить их за отеческую заботу... Помню, что в зале тишина стояла мертвая... Дурак я был еще тот. Бог наказал за глупость, я уже много лет работаю в вузе.

Так вот, пробегаю я через много-много лет и сессий после того конфликта, по тому же по коридору, вижу его, Белокопытова, белого как лунь, затормаживаю и, уже полубернувшись, бросаю ему вслед:

– А я Вас помню, товарищ Белокопытов...

– Я тебя, Хорольский, тоже, – роняет он, при тормозив.

Немая сцена, я подхожу, изумленный его памятью, а он улыбается, как вполне нормальный человек, обнимает. На глазах старческие слезы. Старый декан, Рохлин, как выяснилось, слава Б-гу, уже в Израиле давно. Многие ушли из жизни совсем. Это нормально. Даже Сталин с Брежневым ушли, уж на что были бессмертные... Ельцин как-то незаметно замолчал, его старательно залили елем и забыли. Вот и Путин, хотя нет, он собирается и в 2018 году еще править... Цепляются до посинения костяшек за кресла, а дождь истории лениво смывает следы. А зачем цепляться, ведь в могилу не заберешь...

3. Английский язык и литература

В 1974 году я стал учителем английского языка средней школы №2 в станице Медведовской, учился заочно в аспирантуре, написал диссертацию о поэзии Ирландии XX в. Йейтс, Синг, Джойс... Это моя профессия – читать книги. В 1975 г. я поехал в Тюмень, где была вакансия на кафедре литературы. Лекции шли с трудом. Но девицы, которые сидели в аудитории в те годы, ныне тепло вспоминают о них, что говорит о великом парадоксе лекторов – не в знаниях дело! Я могу дать пару-тройку мэйл-адресов бывших студентов 1970-х, если кого этот парадокс волнует, причём одна из моих студенток, одна из первых дипломниц, Ольга Ушакова, стала профессором по зарубежной литературе, преподает там же. Как-то рано утром, когда я только начинал

читать лекции по античке, на моей лекции появилась коллега, седая Н. А. Шеломова, в платье с тремя выглядывающими белыми юбками. Я пафосно вещал что-то о Платоне... Она заскочила, сверкая мутными очами, в свою аудиторию и, оглядевшись, села рядом с «заднескамеечниками», решив послушать, что не могло меня не смутить. Медуза-Горгона проплыла под потолком, эйдосы кружились в тихом воздухе аудитории. Забылись напрочь названия текстов, имена, забылись слова А. Лосева, которого мне таки удалось послушать в Московском пединституте. Незадолго до смерти Алексей Федорович сказал фразу, которая не могла бесследно исчезнуть из сознания: «Любите не меня, а Истину, любите науку, это принесет радость и спасет от смыслоутраты». Увы, в тот момент, когда Н. Шеломова уставилась на меня своим взглядом удава, я забыл все постулаты. Думал только о ее непричесанной голове и белых юбках... Медуза... Горгона, мать твою... Она чуть позже попросила декана еще раз прочитать в моей группе лекцию о Платоне, и я слушал ее выступление с ужасом, она читала шесть часов! За что ее тут же попросили уйти на пенсию... Я пошел к ректору и объяснил, почему она должна работать. Спасибо Вам, Нина Андреевна, земля пусть будет пухом. Вы подсказали мне в 1975 году мысль, что нельзя говорить о Платоне, не одолев толком хотя бы пары-тройки его диалогов. Желательно в оригинале... Я плюнул на античку, срочно попросил курс современной зарубежной литературы и 30 лет не прикасался к священным античным именам! О модернистах и постмодернистах говорить куда как легче...

Потом была Украина, с ее песнями и варениками. Борьба с коммунистами, поездки в Киев на ассамблеи оппозиции и съезды РУХа, встречи с людьми, о которых всегда буду вспоминать и радоваться подаркам судьбы. Людей таких в моей жизни было много – разных и в разных краях... А. И. Лозовский, Н. И. Самохвалов, В. И. Тюпа, Н. П. Михальская... Тему поэзии в Ирландии мне предложил Ю. М. Кондратьев, скончавшийся через 2 года после моего появления на кафедре. Приятная смерть в Паланге, в одном номере с аспиранткой. Завидую до сих пор его славной смерти.

Второй научный руководитель – В. Г. Аникин, муж Н. П. Михальской, умер через год после. Кондратьева – от рака. Больше меня как аспиранта никто из преподавателей кафедры не хотел брать в ученики. Защищался сам через год. Кстати о защите.

4. Защита диссертации

Зима 1978-1979 гг. была в Тюмени необычно суровой. В то время моим главным занятием в свободное время было посещение местного театра. Денег на такси не было, а транспорт и тогда работал плохо. Какое отношение это имело к защите диссертации? Никакого, но для наррации немало важно. Дело в том, что я купил билет на самолет до Москвы на 1 января 1979 года, так как 3 или

4 января у меня должна была состояться защита кандидатской диссертации в МГПИ им. В. И. Ленина (раньше не было непрерывных праздничных дней!), а надо было еще приготовить речь, что было трудно сделать в общежитии. Решил поехать пораньше, остановится в приличном общежитии для аспирантов и почитать-пописать... Билет был на 11 часов утра, а мы решили в тот раз встретить Новый год в театре.

Помнится, что само мероприятие в театре прошло неплохо. Я был в то время другом заведующей литературной частью Людья Мурай, моей дипломницы, и регулярно по ее просьбе писал о спектаклях в местных газетах. Гонорары были вполне сносные. Меня знали в театре, поэтому появление штатного рецензента на праздничном капустнике «для своих» никого не удивило. Моя супруга тоже с удовольствием пришла на мероприятие, ее ныне покойный брат Виктор в то время был актером, она любила театр еще больше, чем я. Была в зале огромная елка, был накрыт аналогичных размеров стол. Правда, помню, что Наталью крайне удивило обилие матерных слов за столом, особенно в скабрзных анекдотах... Вроде культурные все были люди, временами даже возвышенные натуры... Для актеров такое двоимире привычно. Наталья сидела вся красная. Но в целом все шло хорошо. Веселились. А на улице мороз был жуткий в полночь минус сорок девять, и когда мы вышли по окончании мероприятия на улицу в два ночи, то термометр показывал 51 градус ниже нуля... И это завязка иного сюжета...

Такси не было, до хаты от театра далеко, идем, мерзнем. К счастью, случились на своей машине военные, они ночью по приказу властей подбирали и развозили пьяных по домам. И нас подбросили. Сидя в тепле сейчас, я уже с трудом восстанавливаю детали, но хорошо помню, что часов в 8 утра в первый день 1979 года я собирался покинуть теплый дом ради поездки в Москву.

Такси, повторяю, не было. Тем паче автобусов. Мороз чуть меньше 50. Мои ботиночки со скрипом не спасали, тем более не было хорошей шапки и пальто. Пошел с двумя чемоданами к агентству Аэрофлота – это рядом, в 300 метрах от общежития. У меня лежал авиабилет в кармане, по нему, согласно правилам и моим договоренностям, Аэрофлот обязался везти в автобусе от кассы до посадки, аэродром в 6 км от города. Дверь здания Аэрофлота была в то утро заперта, никто не отозвался на стук, кругом тишина и белесая испарина в воздухе. Постоял. Дышать становилось все труднее. Дом остался позади, возврата нет, хотя очень хотелось вернуться в постель. И вот кульминация.

Пошел в аэропорт пешком, надеясь на попутный транспорт. Такого транспорта в самом начале 1979 года в Тюмени не было, случайные авто проваливались в переулки, как призраки, не реагируя на мои крики... Через час нос начал деревянет. Но я шел. Через два часа я понял, что на аэродром прибежать не успею, город еще не кончился, а тем-

пы моей ходьбы упали, чемоданы не позволяли ускорить ход. Уши заболели. Джеклендоновские ассоциации не грели. Загрустил, стал нехорошо думать о социализме. Еще через час, когда в поле увидел собаку, а может волка? – я плюнул на билет, на диссертацию, на Аэрофлот и даже на Политбюро ЦК КПСС, за что себя ругаю и поныне. Ведь тогда я жил в социальном государстве и моей зарплаты ассистента хватало на регулярные поездки в Москву из Тюмени. Ездил в Ленинку просто так – почитать книги...

Но ближе к развязке! Плюнул на все и повернул назад. А где-то часов в 12 дополз до агентства. На этот раз мне открыл дверь несвежий сторож. Он выслушал мой рассказ с философским равнодушием и пробурчал что-то вроде (если перевести на русский): «Никакой твой билет не пропал. Ты что думаешь, летчики тебе в новогоднюю ночь будут летать? Офигел, что ли? Иди спи... Приходи к 18 часам – отвезут тебя в аэропорт». Я поверил его мутным и отнюдь не голубым глазам. Пошел в общагу, где мы уже 5 лет жили в ожидании квартиры. И в 18 часов стоял в положенном месте, а шикарный Икарус ждал еще одного пассажира, и мы вскоре выехали по направлению к аэродрому.

В здании аэропорта были выбиты окна, по полу катались пустые бутылки, народ кутался в шубы. По техническим причинам вылет дважды откладывали, но утром 2 января я был в столице. Там стояла теплынь, всего минус 30. Я сразу поехал в общагу аспирантов МГПУ, где мне дали комнату с выбитым окном, я затолкал в дыру 2 матраса и устало свалился в постель. Без белья. На следующее утро появился еще один жилец – из Польши, он должен был тоже защищать диссертацию. Сразу же в комнате отремонтировали окна. Пан Мечислав Козыра подсказал потом, как сделать ксерокс моей диссертации у них в посольстве. Всего за 50 рублей. Я видел эту процедуру впервые в жизни. Через несколько дней я стал кандидатом филологических наук, через месяц получил квартиру, через год в МГУ утвердил тему докторской.

В 1995 году в МГУ я защитил докторскую диссертацию по литературе Великобритании и Ирландии, причем на защиту из Тюмени приехал первый студент-заочник Ю. Мандрика, ныне известный краевед и издатель, корни которого уходят в землю Сумщины. Там же, в Москве я познакомился с Карен Хьюитт, которая от имени Британской Академии наук пригласила меня в Оксфорд, где я увидел разницу между ними и нами. Деньги на поездку дали те же пресловутые западники, которых так борзо сегодня клеймит патриотическая братия и антилиберальные крымшашевцы. В Оксфорде я понял, что никогда не успею прочитать то, что обязан прочитать как литературовед и занялся коммуникативистикой, хотя о зарубежных авторах писать пришлось. Судьба... Да, еще одна деталь. Когда мне в Москве Британский Совет выдал доллары на поездку, наша делегация уже была в сборе и все ждали меня, а у меня не было еще визы. Я пошел

в посольство, а там стояла огромная очередь, я был без бумаг и меня пропустили – узнать, что и как. Захожу и объясняю чиновнику, что спешу на конференцию в Оксфорд, бумага из этого университета была в портфеле. Чиновник прочитал тему доклада – что-то о Йейтсе, и вдруг начал цитировать этого англо-ирландского поэта. «Остров на озере Иннисфри»... А я продолжил цитату. Так как писал диссертацию именно о Йейтсе... Помню, он посидел в задумчивости, позвонил куда-то... Спросил о Воронеже: где это? Он сам мне оформил визу за несколько минут. Когда я вышел из комнаты с заветной бумажкой, люди в очереди посмотрели на меня крайне изумленно, спрашивали, сколько это стоит... Это был единственный раз в жизни, когда я почувствовал себя человеком, а не воронежским интеллигентом. Кстати, деньги у меня в тот день забрали наши бандюки. Но это уже другая история. Я смотался в Воронеж, подзаял денюжат. В Бриганском Совете сказали, что грант больше не дадут, но помогут заработать в Англии, что я и сделал. Вернулся с прибылью...

5. Воронеж, общежитие, журфак

В Воронеже моим главным впечатлением стала общага. Вид общежития № 7 в 1989 г., когда я туда пришел, был удручающим. Окна забиты фанерой, кругом грязь, бегали крысы. Сейчас, конечно, все обстоит несколько лучше, но не знаю, как там внутри, редко хожу. Когда я впервые появился в общежитии, где на трех этажах жили студенты журфака, то узрел знакомую картину: на кухнях студенты жарили картошку, мясо... Мясо жарилось на электроплитках. Без сковородок, прямо на плите. Дым и запах были одуряющими. Канализация тоже давала о себе знать, но особенно к 10 часам вечера. Воды не было, на кухнях лежали горы мусора. Помню, как пришел некий хмырь в белом халате, сказал, что он из Москвы, член некой комиссии. Предложил деканату заплатить штраф ему лично, чтобы не поднимать шум, а нам не потерять работу. Я тут же позвонил в АХЧ, там подтвердили факт приез-

да комиссии из Москвы, но посоветовали... отдать деньги на следующий день, на пленарном заседании этой высокой комиссии, якобы проверяющей все общежития города. Я так и сказал дорогому гостю, который нехотя согласился подождать, но увеличил сумму сбора. Я решил ничего не давать, меня смутил его загорелый лик. Я, проживая еще в эпоху дорогого Леонида Ильича в Краснодаре, привык не доверять загорелым людям. Особенно на базаре, где не раз становился жертвой торговцев. Я оказался прав – это был мошенник. Его арестовали в те же дни...

6. Село Подгорное. И о погоде

Она в России ныне очень кислая, все от нее устало. Люди устали жить сказками, дешевой литературой, журналистскими статьями. Читатели мрут, как надежды на нефтедоллары. Но писать надо. Ради Истины. Я, член партии «Яблоко», в меру скромных сил борюсь против лжи, опутавшей нас. Сейчас борюсь (с чинушами из городской Думы) за зеленый город, против вырубки леса в с. Подгорном. Увы, шансов на благополучный исход мало. Чиновников никогда не любил. Не одобряю авантюру в Сирии, как не одобрил ввод войск в Чехословакию и Афганистан, надеюсь на мирную смену режима. Не доживу...

В 1995 году мы переехали из Воронежа в село Подгорное, поближе к больнице, где мне должны были делать операцию на сердце. Село Подгорное превращается на глазах из воронежской Оклахомы в Новые Васюки, в привлекательное место для горожан, уставших от пробок и загазованности Центра. Я вижу село Подгорное через десять лет. Лес будет, хотя и куцый, его вырубят чиновники ради своих коттеджей. Село будет, хотя только у Дона. Меня в селе не вижу. Я буду очень удивлен, если я здесь буду. И буду изрядно удивлен, если буду где-либо вообще на этом свете. Подгорное будет. Жизнь пребудет вовеки. Я – нет. Аксиома! Но цепляться надо. Таково кредо.

Продолжение следует



Е. Шкрыкин

Как прибило. К «Берегу»

Главы из повести «Большая ментаморфоза»

...В начале девяностых во мне проснулась сильнейшая жажда к сочинительству, притихшая со времен окончания университета, где я «баловался стишками» и печатался в истфаковской стенгазете. Я начал писать небольшие заметки и рассказы – из жизни милиционеров, которые впоследствии составят цикл «Лица милиции», а еще позже станут «Милицейскими байками». Я складывал их в стол, но, конечно, с тайной надеждой на публикацию – где-нибудь и когда-нибудь.

Такую возможность я реализовал года через два в газете «Берег», куда отнес плоды своего творчества – просто потому, что редакция этой газеты размещалась сравнительно недалеко от моего дома. Здесь выйдут две или три небольших заметки под псевдонимом Е. Шишкин, и на этом мой первый контакт с «Берегом» и новым для меня ремеслом будет исчерпан.

Но вскоре я продолжу «издательскую деятельность» – в другом месте. В Воронеже в 1993 году появилась газета с характерным для смутного времени названием: «Скандалная почта». Выпускал ее молодой журналист Сергей Воробьев. В этой газетке, кстати, печатавшейся 25-тысячным (!) тиражом на желтой бумаге, мои очередные байки публиковались под псевдонимами И. Константинов. К тому времени, закончив продолжительное лечение, я уже вернулся на службу, и мне приходилось особенно осторожноничать, чтобы не рассекретить себя. «Скандалная» через год превратится в «КРИМ-информ», где Воробьев опубликует первые главы повести «Цепь», которую я начинал, еще работая в органах, а завершал – уже пенсионером МВД.

Осенью 94-го я осознал, что со службой мне пора расставаться, что рассказывать интересно о милиции, оставаясь милиционером, практически невозможно. Пару раз я уже сталкивался с косыми взглядами некоторых сослуживцев, которым пытался прочитать кое-что из написанного: «Тебе что, больше нечего делать? Мы тебе работу найдем!».

В соответствии с новым мироощущением я решил, что пришла пора завязывать с насилием и принуждением – ежедневными и, увы, неизбежными спутниками милицейской работы. Что хватит паразитировать на добром отношении коллектива, ведь все мои побрякушки по службе были за его счет. И я ушел, несмотря на уговоры, на то, что мне уже светило майорское звание. Ушел, так и не выработав «вредность» на службе, до которой оставалось год с небольшим. Со стороны этот шаг

выглядел явно иррациональным поступком, но я уже был над собою не властен. Меня, как говорится, влекла судьба...

Почти полтора года я провел в свободном полете. За это время завершил цикл рассказов «Лица милиции», дописал криминальную повесть.

Возникла дилемма, чем заниматься дальше? Искать «работу для пропитания» или же для души? Совмещать то и другое – удел редких счастливицков. Я, понятное дело, уже подсел на «писательство», но гонорары были копеечными. Решающим фактором оказалась милицейская пенсия: небольшая, но все же – подспорье к зарплате. Впрочем, я еще какое-то время терзался, прежде чем снова зайти к Иванову, редактору «Берега».

Почему все-таки к Иванову? Ну, дорожку к нему я уже знал, и она, повторюсь, была самой короткой от дома до ближайшей редакции. К тому же «КРИМ-информ» тогда уже накрылся, а Воробьев подался в торговый бизнес, причем наемным работником. Свое дело оказалось ему не по силам, а профессия – бесполезной. Разгонявшаяся инфляция приговорила многих предпринимателей, да и либеральное государство все сильнее закручивало фискальные гайки...

Впрочем, по пути к Иванову я заглянул в «Воронежский курьер», который считал тогда лучшей газетой Воронежа с очень талантливыми ребятами. На пробу я отдал большую заметку под названием «Пионерский сад смерти», интуитивно полагая, что эта тема и моя интонация этой газете должны быть близки.

Материал посвящался известной трагедии в Пионерском саду в Воронеже в июне 1942 года, когда при авианалете погибло много детей. История эта интересовала меня давно, но удалось заняться ею вплотную, когда появилось много свободного времени. Поработал в архивах, почитал воспоминания различных людей, переговорил с краеведами. В общем, во мне проснулся историк. Как мне показалось, я предложил оригинальную версию того события, дал новую информацию о том, что и как случилось уже после трагедии. В то же время «суд» «Воронежского курьера» меня, признаюсь, очень страшил. Но через неделю тревожных ожиданий редактор Дмитрий Дьяков озвучил вердикт: материал принят!..

Статья выйдет именно 13 июня 1996 года (в очередную годовщину трагедии) и окончательно убедит в том, что мне можно и нужно пробовать себя в журналистике. День публикации «Сада...» в «Ку-

рьере» считаю фактическим началом своей новой карьеры. Де-юре это случится чуть позже: в августе того же года и, как вы уже, вероятно, догадываетесь, в другом СМИ.

Начав внештатно публиковаться в газетах, я познакомился с писателем, ныне уже покойным Вячеславом Дегтевым. Слава тогда временно редакторствовал в журнале «Подъем», и именно туда я отнес рукопись «Цепи», зависшую в «КРИМ-информе». Он позвонил дня через три и первое, что произнес после приветствия:

– Ты вообще, откуда такой выискался?!

– Из милиции, – коротко ответил я, ожидая разноса за опус.

Дегтев, судя по паузе, был удивлен (как выяснится потом, он вообще не был склонен к паузам в разговорах):

– Слушай, Евгений, ты написал крепкую вещь. Будем ее печатать.

Мы встретились. Слава потащил меня к себе домой, приготовил «легендарного» плова. Посидели-поговорили за жизнь.

Так и сошлись. Нельзя сказать, что мы стали друзьями. По-моему, у Вячеслава и не могло быть закадычных приятелей. Большие поклонники были, временных попутчиков и попутчиц хватало, а вот настоящих друзей – увы... Слава слишком любил говорить и не очень-то любил слушать, а это, как известно, крепости отношениям не способствует.

Он «обкатывал» на мне свои творения, подсказывал – как и что изменить в уже написанном. Впоследствии иногда в шутку называл своим учеником, а я его – великим русским писателем. На его «ученичество» я не рефлексировал – понимал, что и близко не стоял с его даром, работоспособностью и напористостью. А вот он на «великого», как мне казалось, велся. Тщеславен был Вячеслав Иванович, царство ему небесное...

Кстати, он категорически возражал против обозначившихся у меня журналистских намерений: «Ты испишешь свой талант, не ходи работать в газеты». Насчет большого таланта я до сих пор не уверен, а без него-то в этом деле как?.. К тому же я уже хорошо понимал, что на хлеб насущный только писательским трудом не зарабатывают. К слову, когда повесть выйдет в «Подъеме», Дегтев оттуда уже уйдет...

...Перед тем, как предложить Святославу Иванову свои услуги, я попросил протекции (комплекс неуверенности никуда не делся) у Павла Кабанова, моего бывшего однокурсника и друга, который тогда уже работал в администрации области и курировал СМИ. Тот позвонил в «Берег», попросил Святослава Павловича со мной встретиться и обсудить возможность трудоустройства. При встрече Слава отчитал меня за «излишнюю формальность» звонка: приходил бы и так, запросто, мы же знакомы; конечно, я тебя возьму...

Для начала я попросил у него полставки корреспондента, хотя Иванов был готов дать и больше. Но мне необходимо было еще попробовать сочинять не только то, что хотелось, но и требовалось...

Так я и прибую к «Берегу». Начиная с полставки, пройду все ступени, немного поработав даже главным редактором. Впрочем, редакторство случится уже по другому адресу: ул. Ворошилова, 12, где «Берег» обитает и ныне.

У большинства сотрудников и журналистов газеты сейчас есть служебные кабинеты. А на улице Ленинградской, где старая редакция размещалась на втором этаже здания барачного типа, своего кабинета не было даже у Святослава Иванова. Редакторский стол находился в углу большой комнаты. В той же комнате располагалась и вся большая «семья»: заместитель Алексей Тишанинов, а также ответственные секретари Наталья Шулик и Надежда Суворина. Кстати, журналисты сочиняли свои заметки там же, только за общим столом.

За ним же устраивались и большие пятничные посиделки. Алексей Егорыч, зам по хозяйственной части, недовольно ворча, выделяя какие-то редакционные деньги, на которые закупалось спиртное. А на закуску, самую что ни на есть простецкую, мы сбрасывались всем миром. В гости к нам в этот день приходили и друзья редакции (всегда со своим), внештатные авторы (иногда на халяву), по ходу «пьесы» разворачивались бурные дискуссии (до мордобоя не доходило), строились грандиозные планы переустройства города и страны.

Я попал в коллектив, где царил невиданная мною атмосфера свободного творчества, практически не было запретных тем, где каждый имел право на свое аргументированное мнение...

«Берег» выходил один раз в неделю на 16 полосах, а журналистов работало – как в какой-нибудь ежедневной газете. Пробриться на страницы, с учетом многочисленных внештатных авторов, было не просто. Здоровую конкуренцию обеспечивал высокий уровень мастерства корреспондентов и обозревателей. Я оказался в звездной компании Анны Жидких (культура), Александра Коробанова, Алексея Жерносекова (политика и экономика), Людмилы Чеглоковой и Татьяны Масликовой (социалка). Много писал и сам Иванов, выдавая замечательные публицистические заметки и популярные еженедельные обзоры под рубрикой «С берега видно».

Чужой среди своих

С лета 96-го правоохранительная тема снова войдет в мою жизнь – «неотъемлемо, грубо и зримо».

Одна из первых моих публикаций в газете «Берег» с заголовком «Сколько стоит «мент поганый» сразу же и вызвала резонанс. Незадолго до этого ко мне обратились двое сотрудников ППС Левобережного РОВД, ставших жертвами одной из первых спецопераций недавно созданной службы собственной безопасности УВД. Неопытные оперативники сработали тогда настолько топорно, что мне не составило большого труда убедиться в невинности подозреваемых и тщетности усилий сотрудников ОСБ. В публикации я безжалостно раз-

венчал их «титанические усилия» в борьбе с коррупцией.

Уверенности в своей правоте мне добавил и тот факт, что опера из УВД использовали сомнительный метод провокации взятки, а в роли взяткодателя выступил завербованный ими человек, артистические способности которого мне были хорошо известны. Еще будучи малолеткой, он состоял у меня на учете, и я с ним немало повозился.

В УВД, конечно же, были «крайне удивлены» этой публикацией – там уже знали о моем «пролетарском» происхождении.

Так мне впервые аукнулось мое милицейское прошлое. Впоследствии не раз пришлось переживать ситуацию «свой среди чужих, чужой среди своих». Прежние сослуживцы сильно нервничали из-за того, что мне, журналисту с милицейским опытом, гораздо сложнее было «пудрить мозги». И болезненно реагировали даже на справедливую критику: «как ты мог, ты же бывший»...

Ну и журналисты долго не могли привыкнуть к моему милицейскому бэкграунду: «он же бывший, а бывших ментов не бывает». Коллеги упорно путали милицию с другой правоохранительной службой...

Мне удавалось добывать инсайдерскую информацию, недоступную обычным журналистам – особенно в начале пути, когда по инерции меня считали «своим». На службе в милиции еще оставались те, кто вместе со мной тянул служебную лямку, и многие из них уже выбивались в «большие начальники». Я общался с ними на понятном им языке правоохранительной «фени». Потом они, конечно, станут со мной осторожничать, и, так сказать, «фильтровать базар». Некоторые из них «ментально» запишут меня в «прокуроры», которые больше противостоят милиционерам, чем защищают их права. Вместе с тем, считалось, что от меня явной правоохранительной лажи быть не должно. Ее, явной, обычно и не было. Но и обязательной корпоративной солидарности с бывшими коллегами из МВД – тоже. Вскоре многие это поймут.

В 1997 году я опубликовал статью «Кто управляет оргпреступностью?», в которой так ответил на вопрос: это – сами сотрудники УБОП и РУБОП. Столь радикальный вывод я сделал после нескольких конфиденциальных встреч с прокурорскими работниками, чекистами и сотрудниками милиции оперативных служб.

В редакцию сразу позвонили, а потом и нагрянули возмущенные правоохранительные гости, которые упорно искали «заказчиков из мафиози». А их не было, да и не могло в той ситуации быть.

Дело закончилось тем, что меня пригласили в РУБОП, где товарищ майор, ответственный за контакты с общественностью, дал мне пространное и эксклюзивное интервью ни о чем. Точнее, дело завершилось так: через годик-другой РУБОП ликвидировали, обвинив в сращивании с организованной преступностью...

Недавнее милицейское, точнее, ИДЭНовское прошлое подвигло меня, начинающего журналиста, на расследование одной очень сложной и деликатной истории. Такие темы даже маститые журналисты редко поднимали на страницах и в эфире своих СМИ. Но для меня, только что пришедшего на работу в «Берег», все было впервые и вновь. Я рвался в бой.

Из сводки криминальных происшествий за август мне стало известно о загадочной гибели восьмилетней девочки в одном из сел под Воронежем. Ее нашли повешенной во дворе своего дома. Пробирая информацию по этой теме, сразу же столкнулся с информационной блокадой, что, впрочем, объяснялось интересами следствия. Через полтора месяца я выехал в командировку в село, будучи уже в курсе, что следователем установлен факт самоубийства. Однако опыт подсказывал мне, что у этой истории – необычная подоплека. Хотя бы уже потому, что по подозрению задерживали отца погибшей девочки.

Я побывал в школе, где училась Таня Лыкова (фамилия изм. – авт.), поговорил с ее родственниками, соседями, участковым.

Сразу после ЧП по селу распространились разные слухи. Среди них и такой: девочку сначала изнасиловали, а потом повесили. Слух этот подогревали результаты судебно-медицинское экспертизы: у потерпевшей была нарушена девственность. В этой связи уже официально родилась версия о возможном изнасиловании (или развратных действиях) с последующей инсценировкой самоубийства.

Мысль о самоубийстве многим казалась просто нелепой. В этом всех и меня убеждала и школьная характеристика девочки. В ней говорилось о «добросовестной, спокойной, любознательной», хотя и «немного скрытной ученице», которая посещала музыкальную школу и танцевальный кружок, выступала на конкурсах и участвовала в художественной самодеятельности. Награждалась памятным сувениром «Лучший танцор», была «активна и артистична»...

Отца Тани задержали, когда стало известно: девственность была нарушена за час до гибели. Согласно собственным показаниям Юрия Лыкова, в это время в доме с дочкой был только он. Жена находилась на работе, а сын гулял.

И в милиции Лыков на второй день ареста «чистосердечно» признается, что «в порыве нежности, охватившей его тогда, целуя и обнимая дочь», он непроизвольно перешел границу дозволенного. И рукой повредил то, что повреждать ему никак было нельзя...

Его отпустят через 15 дней.

Мы встретились у него дома. Мне, а до того – следователю прокуратуры, Лыков скажет, что это «чистосердечное» признание сделал под сильным милицейским нажимом, что панически боится ментов, и что смалодушничал, взяв чужую вину на себя.

Я спросил: тебя там били? Нет, сказал он. Но – грозились поместить в камеру с обвинением в изнасиловании и убийстве собственной дочери, что было равносильно смертному приговору....

Но я настаивал: только ли это заставило тебя отказаться от сделанного признания?

– Меня убедила в этом жена, да и говорю же, не делал я ничего такого! – раздражено ответил он.

Жену, конечно, можно было понять. Ведь это – позор, судимость мужа, а в семье еще растет сын, шестиклассник. А дочь уже не вернуть...

Мне показалось, что отец Тани – хоть и сам ее из петли вынимал (не приведи никому, господи), быстро смирился с потерей. Такое же мнение озвучила мне и классная руководительница девочки, живущая неподалеку от Лыковых: мол, если не виноват и не верит в самоубийство дочери, почему не ищет возможного преступника? Ведь даже с соседской бабкой не переговорил: может, она чего видела?

Меня предупреждали: Валентина, мать Тани, тяжело переживает утрату, не просыхает от слез, часто ходит на кладбище. Я действительно застал ее на грани нервного срыва: с первых секунд разговора она сразу же пошла истерить – правда, была под хмельком, до этого выпивала с соседкой....

...Я долго и с отвращением разглядывал средних размеров ржавый гвоздь, за который крепилась петля, пустые ведра, валявшиеся неподалеку – пирамида из них стала эшафотом для Тани, и мучительно думал: мог ли ребенок САМ это сделать? И не находил ответа...

С участковым разговор поначалу не клеился – пока я не достал пенсионную «корочку» МВД. Только тогда и выяснилось, что семья Лыковых не такая уж и благополучная, как ее отрекомендовали мне в школе. Точнее, семья, как таковой, давно уже не было: муж и жена сосуществовали формально. Юрий часто выпивал, Валентина позволяла себе другие «шалости», закатывала истерики по поводам и без.

Злобу за неудавшуюся с мужем жизнь вымещала на детях. А отец, сказали мне, наоборот: их больше жалел и редко наказывал...

Я узнал и том, что Валентина, еще при живой дочери, дважды пыталась свести счеты с жизнью: вешалась и травилась. Муж, правда, называл это больше инсценировкой, но Таня все это видела и переживала по-настоящему....

Всё к одному: за год до трагедии повесилась соседка Лыковых, что жила в доме напротив. И так же ушел из жизни дедушка Тани, папин отец....

В общем, пазлы сложились. Итак: Таня была добросовестной и немного скрытной, любознательной, музыкальной и артистичной. Свою роль могла сыграть душевная травма, нанесенная самым дорогим и близким ей человеком. Классная руководительница рассказывала, что Таня никогда ни на кого не жаловалась, даже если сильно ее обижали. Да и жаловаться по ТАКОМУ поводу на отца такой матери – не себе ли дороже?..

Все эти факторы и обстоятельства по совокупности и привели к печальному финалу. Таня вполне МОГЛА пойти на самоубийственный шаг. Скорее всего, не желая доводить дело до летального исхода. Как, это демонстрировала, например, ее мать. Увы, судьба распорядилась иначе.

Статья, которая называлась «Хороша была Танюша, краше не было в селе...», вышла в ноябре 1996 года. К слову, Святослав Павлович так и не решился напечатать в газете фото девочки, где она, еще живая и красивая, увлеченно играет на фортепьяно. Вместо этого на полосу поставили фотографию болотного пейзажа с засохшим деревцем... В день выхода публикации на редакционной планерке свежий номер газеты обозревал Жерносеков. Алексей своего «брата-журналиста» редко жалел и обычно рубил правду-матку в глаза. На обзорах коллеги его немного побаивались.

Когда очередь дошла до «Танюши...», Жерносеков на несколько секунд замолчал, а потом выдал такое, что в редакции при мне не говорил никогда: «Текст отличный, тема раскрыта, к автору замечаний нет». Конечно, Алексей сильно преувеличил, но я и сам долгое время считал эту свою работу одной из лучших. Сейчас же не знаю, как ее оценивать. Уголовное дело было приостановлено, виновного де-юре так и не нашли. Это был тот самый случай, когда закон терзается, но молчит. Может, и мне тогда не стоило говорить свою «пару слов», публично влезать в это слишком деликатное дело? Теперь бы в ту командировку я точно бы не поехал.

...Парадоксально, но лишь в «криминальной» журналистике я лучше понял превратности милицейской работы. Мне не раз доведется вступаться за действующих и бывших сотрудников ОВД, которые попадали в сложные, порой, трагические ситуации – из-за проблем на службе и, как правило, не по их вине. Удивительно, но наши милиционеры – одна из самых незащищенных категорий наемных работников.

Новая профессия дала возможность познакомиться с очень интересными людьми в погонах. Она подарила мне общение с несколькими начальниками областного (и не только воронежского) главка и уголовного розыска, выдающимися сыщиками и следователями по особо важным делам, известными судьями областного суда.

Журналистика почти на семь лет «откомандировала» меня в члены Общественного совета при ГУ МВД по Воронежской области.

...Иногда мне снится сон: я вернулся на службу. Обычно – в коллектив ЛОВД аэропорта, и это понятно: большая часть милицейской карьеры прошла именно на воздушном транспорте. Не скажу, чтобы даже во сне я сильно радовался возвращению. Особенно – в Левобережный РОВД, где постигал азы милицейской профессии. Там мне открылся совершенно удивительный мир, и открытия эти далеко не всегда несли позитив, а местами просто шокировали. Обычно мне снятся какие-нибудь построения, где меня представляют новому-старому

коллективу: теперь этот парень снова с вами будет работать. А я чувствую себя неловко – форма-то на мне сильно отличается от той, которая сейчас на моих полицейских коллегах.

Форма... Из гражданских мало кто представляет себе ощущения человека, надевшего на себя милицмейскую спецодежду. Форма как бы говорит окружающим: одним – имею право вас наказать, другим – могу защитить. Первых, надо признать, большинство, и положительных эмоций по этому поводу к носителям формы они вряд ли испытывают.

Таких же эмоций, как правило, нет и у самого носителя – уже по поводу защитить. Это всегда сопряжено с вмешательством в конфликты: их пресечением, а также задержаниями, доставлениями, отписками, необходимостью давать показания, отвечать за законность и т. д. Иногда это случается с риском для жизни и всегда – для здоровья. И по закону подлости – в самый неподходящий момент; причем, оружие или хотя бы спецсредства крайне редко бывают в наличии.

В мое время в милиции у начальства всегда существовала проблема, как заставить подчиненных носить форменную одежду в свободное от работы время: с работы – домой и наоборот. Мно-

гие офицеры предпочитали переодеваться уже на рабочем месте, ну или камуфлировать милицмейскую одежду под одеждой гражданской, что тоже не приветствовалось руководством. Какие только приказы в этой связи по МВД, ГУВД и отделу не выпускались...

Я долго привыкал к новой для меня служебной одежде. И в отличие от отдельных моих коллег, которые с большой изобретательностью и выгодой использовали форму для себя, так и не сросся с нею кожей. И не только по причинам вышеизложенным, хотя по ним – прежде всего.

Просто форма – это всегда как один, всегда усреднение. Вместе с тем главные критерии значимости человека в форме – погоны, и пресловутый принцип «я – начальник, ты – дурак». Мое бунтарское и крайне противоречивое естество все это так до конца и не приняло...

И последнее. Приключившаяся со мной большая «ментаморфоза», дальнейшие коллизии журналистской судьбы в 2000-х годах удивительным образом скрестят мою работу в «Новой газете» в Воронеже и «Милицмейской газете». Ни та, ни другая в нашем городе уже не выходят, а «Берег» пока живет.

Впрочем, это уже совсем другая история...

EDITORIAL

V. Tulupov

Regional media. Legislative support of working and development issues 2

BEGINNING OF THE

S. Korkonosenko

Not only for the sake of a sheepskin 4

DISCUSSION

A. Tertychnyi

«Black reviewers»: achievement or an anachronism? 8

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

E. Voytik

The formation of sports media text in periodicals of the XVIII century 12

Abstract: The article discusses the problems of appearance of the first texts on the theme of sports in the periodicals of the XVIII century. Identify trends inherent to different types of media text about sports and determined role in the process of newspapers and magazines.

Keywords: sport, media-texts, sports information, periodicals of the XIX century.

V. Tulupov

Historiography and bibliography of press design 15

Abstract: the article examines the origins and development of the theory of the domestic press design.

Key words: technique of the newspaper, layout, manufacture and design of periodicals? compositional, graphical modelling, design, media design.

INTERNATIONAL JOURNALISM

V. Sapunov

The dichotomy of the socialist and neoliberal ideas in Media of Latin America – battlefield Argentina 21

Abstract: the issue deals with problems of mass media freedom as change for neoliberal government happened in Argentina in December, 2015. Contradictory measures in mass media are analyzed.

Key words: Argentina, freedom of mass media, neoliberalism, DNU, Kirchner, Macri, Menem, Alfonsín, Clarín.

Ya. Hodaeva

Specifics of propaganda in the information war (on the Turkey situation example) 24

Abstract: Media-reality of the modern world indicates the existence of a permanent information of the opposition media who often move in the information war. In such circumstances, it becomes necessary reinforced advocacy efforts in the media, as it plays an important role worthy representation of the position of the state. The article analyzes directions of propagation in the concrete conditions of the information war with Turkey, a scale developed at the end of 2015, and explains how the specificity of propaganda in the information onslaught.

Keywords: audience, media, information war, propaganda, enemy image, fakes, manipulation.

HISTORY OF JOURNALISM

V. Kolobov

«It seems your word is solid...». From the letters of A. T. Prasolov to A. V. Zhigulin (1963-1968) 28

ENCYCLOPEDIA OF VORONEZH JOURNALISM

Profession – writer 32

Golos Ramony 34

Za izobilie	36
MOE!	38

THEORY AND PRACTICE OF ADVERTISING

R. Dykin

The institutionalization of PR and the emergence of the constructivist approach to social problems	30
--	----

Abstract: the article considers the constructivist approach to social problems, the specificity of which is to study the problem, not as an objective contradiction, but as rhetoric. Drawing a parallel between the increase of the role of mass communication, the institutionalization of PR and the emergence of constructivist approach. The conclusions about the prospects of mutual PR theoretical models of researchers and sociologists specializing in the study of social problems in contemporary society.

Keywords: social problems, construction of social problems, PR, Public Relations, constructivist approach, sociology of mass communications.

L. Fedotova

Public relations - not by word alone	44
--	----

Abstract: the article considers the extra-textual activities of public relations structures, namely, event-marketing, exhibitions, sponsorship and their place in the overall tools for the implementation of the strategic objectives of these structures, where the most important is the system of mass communication, with their high probability the consumption of the mass audience.

Keywords: public relations, mass communication, audiences, event-marketing, exhibitions, sponsorship, fundraising.

MESSAGES	52
----------------	----

NEW BOOKS	55
-----------------	----

WORKS OF OUR COLLEAGUES	57
-------------------------------	----