

ББК 76
А 38

**Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати**



АЛЬМАНАХ

Выпуск 1-2 (160-161)
2019

Редакционная коллегия:

**В.В. Тулупов —
главный редактор**
А.М. Шишляникова
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,
Е. Рязских

© Факультет журналистики
Воронежского
государственного
университета.

Подписано в печать
22.03.2019. Тираж 150 экз.

Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА

Владимир Тулупов

Кто сегодня у руля редакций? 2

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

Евгения Войтик

Шахматы в российской печати XVIII в.: зарождение темы ... 6

Ксения Марчан

Женская пресса: традиции и новаторство 9

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

Ольга Сусская

Люди без языка, или Жизнь в Королевстве кривых зеркал ... 19

ДАЙДЖЕСТ 47

РЕКЛАМА И ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ

Наталья Козлова, Павел Пономарёв

Пейзаж на фоне юбилея 55

Алексей Колобродов

Вас разрушающий PR 59

СООБЩЕНИЯ 61

ЛИТЕРАТУРА

Татьяна Багринцева

Семь цветов творческой радуги Евгения Новичихина 66

ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ 72

ЮБИЛЕЙ 79

ПАМЯТЬ 85

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ 94



Владимир Тулунов

Кто сегодня у руля редакций?

«Свободная» пресса

Евгений Воробьев — в прошлом мой ученик, а ныне маститый публицист — выставил на Фейсбуке пост [1], который любители современной терминологии могли бы провести по рангу лонгрида. Действительно — текст, названный «"Свободная" пресса», получился объемным, пронизанным и иронией, и сарказмом, и обидой, и горечью... Впрочем, дадим слову автору:

«Какого только руководства не видывали газеты Башкирии за последние полвека! И комсомольско-партийных функционеров, и скороиспеченных выпускников по разнарядке, и полутайных пьяниц, и мнящих себя талантами, и особо охочих до женского полу, но таких... Упаси боже! Назовем их "Отставные вояки". Строевики. Не в смысле что-то дельное возводить, а людей строить. Строго по ранжиру. Выше в должности — "Так точно!" Ниже по званию — "Смирно! Слушать и выполнять!"

<...>

Но всех переплюнул нынешний тип: воинствующий, казарменный, изошренно-безжалостный, мстительный и одновременно мнительный образец того, как не надо (категорически!) руководить нормальным человеческим коллективом. Тем более — творческим».

Далее автор приводит факты, красноречиво характеризующие директора Б. не только как бюрократа и солдафона, но и как распоясавшегося хама, унижающего подчиненных, практически издевающегося над ними:

«Постепенно стало проясняться, что неприятный служивый фольклор, выстраданный в тяготах суровой армейской жизни ("Как надену португю, все тупею и тупею") совсем не так однозначен в восприятиях нашей общей с Б. обыденности.

<...>

Параллельно официальным реляциям — "У нас самый лучший, самый профессиональный творческий коллектив!" — этому коллективу вдруг стали доводиться совсем другие намеки (считай, угрозы): "Да я хоть завтра половину состава заменю! Да хоть всех, если надо будет, уволю! С улицы на-

беру, подучу — любой справится!". Вплоть до — "Мне профессионалы не нужны. Мне нужны люди, которые меня будут уважать и подчиняться!" (И то, и другое — по принуждению, естественно). Откуда риторика? Б. почувствовал вполне объяснимое противодействие. Почему это главный редактор посмел заступиться за своего подчиненного, оспорив его единоличное решение? Многие, проработавшие в журналистике не один десяток лет, такого отношения к себе и к профессии не испытывали никогда. Даже в худшие, казалось бы, времена советского тотального контроля.

Собственно, система Б. начала работать почти сразу по его приходе, только факты начали свидетельствовать об этом по мере их накопления.

Считаем: за четыре года казарменного переустройства из редакции в полтора десятка сотрудников скандально уволились или были уволены семь человек. Практически по числу весеннего и осеннего армейского призывов из расчета четырех лет "службы". В данный момент жестко обрабатывается восьмой — это четко укладывается в системный ритм жизни Б. На очереди — девятый, десятый... И они это знают, потому что недвусмысленно самим Б. предупреждены.

Вначале Б. успешно использовал схему "увольнение по собственному желанию". Делалось это так: "Зайди! ...Садись! Садись, я сказал! Я, что ли, вставать перед тобой должен?" (Другой вариант: "А что это ты сел? Тебе никто не разрешал!". Дальнейшее развитие: "Думай, с кем говоришь!", "Я тебе слова не давал!", "Закрой рот! Я здесь все решаю! Здесь частная контора!" и аналогичное). Далее — путем угроз, хамства, унижения и словесного уничтожения, мутных утверждений, что и в коллективе ты никто, и для него ничто, доводил человека до ожидаемой ответной реакции, после чего следовал собственный заготовленный вариант "обиженного" начальника: "Ах, вот как?! Ну, после этого мы работать точно не сможем! Вот тебе листок, пиши "по собственному". Так добывалась нужная "бумага", желательно с открытой датой. Которая убиралась в сейф и служила "жестким ошейником" для неугодного».

Коллеги почти сразу же солидарно откликнулись на пост Е. Воробьева: «...Журналистов нынче каждая начальствующая букашка может обидеть, но здесь сумели всех переплюнуть: создали настоящий концлагерь для журналистов. Уволили за просто так или вынудили уволиться после психологического

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

террора несколько отличных журналистов... Беспредель в одной отдельно взятой редакции может стать образцом для подражания другими хозяевами газет-пароходов». «Этот командный стиль идет по всей вертикали власти. Наше поколение успело немного вдохнуть свободы в конце 80-х — начале 90-х, поэтому сейчас нам так душно. Поэтому я вообще ушла из журналистики...».

Попросили откликнуться и автора этих строк. Получился тоже лонгрид...

«Можно возмутиться: "Почему так долго терпят самодура!.. И кто терпит? Журналисты!.. Призванные, так сказать, избличать и пресекать посредством "пера микрофона" социальное зло, информировать общество..." Так во время перестройки журналисты "Литературки", у которых был мощный юридически-криминалистически-расследовательский отдел/раздел (вспомним лишь имена Ваксберга, Чайковской, Щекочихина), как-то, поутру проснувшись, обнаружили, что их редакция вовсе и не их редакция... Да, иногда самим журналистам не хватает времени на себя. Но главное, что Евгений Воробьев на примере конкретной редакции проиллюстрировал тенденцию. Кстати, отклики коллег подтверждают это. У меня несколько лет назад вышла книга "Азбучные истины", где была и главка, названная "Начальник". И ещё — "Демагог и дилетант". Мне кажется, в контексте нашего обмена мнениями будет уместно их здесь привести».

Начальник

Хороший или злой начальник — вечная тема, разговор на которую оживляет любую компанию в любое время в любом месте. И это объяснимо, ведь наш человек добрую половину своей жизни проводит на работе. Положение на службе (говорят, особенно это важно для мужчин) может сформировать или, напротив, деформировать личность. Вот почему многие считают настоящей удачей встречу с умным компетентным руководителем.

Какой же он — хороший начальник?

Прежде всего это — не только формальный, но и неформальный лидер. То есть обладающий харизмой — особой одаренностью, притягательностью и исключительностью личности в интеллектуальном, духовном отношении. Конечно, безоговорочное доверие, безусловная вера в неограниченные возможности лидера — случай исключительный, если не клинический. Но искусный менеджер может и должен добиваться доверия подчиненных, используя свои природные эмоционально-психические способности: ведь харизма с древнегреческого языка переводится как милость, как дар. Можно добавить: Божий дар, природный дар.

Многие качества успешного руководителя хороши до тех пор, пока не превращаются в свою противоположность. Например, волевой характер — в самодурство, сила духа — в самоуверенность, стремление быть успешным — в самовлюбленность, дотошность — в придирчивость, эмоциональность — в крикливость. Вообще, если начальник часто повы-

шает голос, это говорит лишь о его слабости и небольшом уме: ведь даже ребенок, на которого постоянно кричат, вскоре перестает обращать внимание на источник звука...

Конечно, если коллектив расхолаживается или, как нынче принято говорить, тормозит, — не грех проявить и строгость. Но это не должно быть нормой: жесткие методы руководства приемлемы в экстремальных ситуациях, а в будни они редко бывают эффективными, поскольку подавляемый работник внутренне сопротивляется и выполняет работу абы как. Но нехороша и обратная сторона медали, когда подчиненные, по меткому замечанию Ильи Ильфа, боясь прослыть подхалимами, начинают хамить начальству.

В одном из кабинетов увидел плакатик «Думайте о хорошем — мысль материальна». Очень правильные слова. Думай о людях хорошо, и они это обязательно почувствуют, что непременно положительно скажется на результатах общей деятельности.

Хороший начальник умеет слушать и слышать. Он уважает в коллеге личность и никогда не будет унижать его — словом ли, интонацией или того больше — прямой грубостью и хамством. Последнее идет от комплекса неполноценности — настоящему руководителю, если он на своем месте, не приходится на повышенных тонах демонстрировать свое превосходство или — что также неприемлемо — заискивать перед более компетентными коллегами.

Известны такие слова Петра I, посмотревшего, как заседают Генеральные штаты в Гааге, как работает английский парламент в Вестминстере: «Английские порядки у нас как к стенке горох. Нужно знать народ, которым управляешь!.. Не демократия, не парламенты станут основой благополучия России, а я, моя просвещенная воля и моя палка, которой я заставлю этих бездельников работать, учиться, строить города и воевать». Да, при всех заслугах императора следует заметить, что недооценивал он русский народ. И неслучайно именно его называют «отцом российской бюрократии». Именно при Петре Великом государственный аппарат был увеличен втрое, именно еще при его жизни бюрократия выросла в чудовищного монстра, оставаясь таковым по сей день. Государю не помогли ни тщательно прописанные процедуры коллегиального правления, ни контроль в виде генерал-прокуратуры, ни система генерал-фискальства, ни Вышний суд. Увы, все эти меры не помогли обуздать коррупцию. Почему? Да потому что из самой передовой на то время шведской системы управления Петр самолично убрал все, что касалось рикстага (парламента) и кирхшпиля (местного самоуправления во главе со священником), взяв лишь бюрократическое устройство центральных и местных учреждений в виде коллегий, губерний, провинций.

Не отсюда ли идет традиция «Ты начальник — я дурак, я начальник — ты дурак»? Не с нею ли связана привычка разговаривать с подчиненными, как с непослушными детьми, всем видом своим показывая, что только он — начальник — работает, а остальные — нерадивые — неумехи и бездельники.

В общем, не все проходят испытание властью, а ведь в современном мире успех дела во многом зависит от управления, проще говоря — от адекватного начальства. Эксперты утверждают: правильное руководство и правильная корпоративная культура — это и есть ключ к успеху, превосходящему все ожидания.

Демагог и дилетант

А знаете ли вы, что демагогами в Древней Греции называли демократических лидеров, «народных» политиков, защитников интересов масс? То есть первоначально это слово вовсе не имело негативного оттенка и только с годами приобрело совершенно иной смысл. Сегодняшний демагог — это лицо, «старющееся создать себе популярность среди народных масс недостойными средствами (извращением фактов, лестью и т. д.)». В общем, популист. Таков, кстати, герой комедии Аристофана «Всадники» Пафлагонец, таков Фома Фомич Опискин из повести Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели», таков Глеб Капустин из рассказа Шукшина «Срезал».

Демагогу не нужна правда, ему лишь хочется доказать, что прав он, а никто другой. И для достижения этой главной цели демагог применяет массу запретных приемов: скрывание истинного положения вещей, недомолвки, отказ от рациональной аргументации, «подколки», цепляние к отдельным словам и т. д. Алогичность умозаключений демагога может поставить в тупик. Ну как ответить, например, на такое восклицание: «Что может сказать об архитектуре мужчина без прописки?» Это — замечательный остроумец Жванецкий...

К нашему несчастью, демагоги стремятся в политику, и им это нередко удается сделать: вон они мелькают на экране, бросая лживые и безответственные обещания, извращая факты, обманывая, лстя, манипулируя сознанием людей, спекулируя на чувствах и стремлениях масс, вводя их в заблуждение. Самое печальное, что массы охотно «ведутся» на такой, как говорится, «развод», и политики-демагоги безбедно существуют десятилетиями.

А кто такой дилетант? Это — любитель.

Журналистов, знающих немного о многом, тоже нередко называют дилетантами, и хороший журналист этого не стыдится, потому что не скрывает и даже говорит интервьюируемому, что ничего не знает о его предмете, но если ему расскажут о нем так, чтобы он понял, то и он расскажет об этом массовой аудитории так, что она обязательно все поймет. Такое вот информационное посредничество... Конечно, и в журналистике ценится специализация. Наш земляк Василий Песков стал, по сути, экспертом в проблемах экологии, он со знанием дела рассказывал о природе, о растениях и животных. Его коллега Ярослав Голованов великолепно проявил себя в научной журналистике. А очерк о картошке Юрия Черниченко вообще привел к изменению научных планов целого НИИ... Можно назвать еще десятки имен выдающихся политических, экономических, спортивных публицистов.

Но вернемся к дилетантам. Какая-то мода на них пошла... Кто-то посчитал, что руководить армией может и должен не военный, системой здравоохранения — не медик... Так в советское время на ту или иную отрасль «бросали» партийных деятелей или чиновников. Помните товарища Огурцова из «Карнавальная ночь» в исполнении народного артиста Игоря Ильинского? Одни его фразы чего стоят: «В то время, как нашей задачей является охват трудящихся культурными мероприятиями, отдельные работники дома превращают его в балаган. Зная мое желание придать вечеру сурьезный характер, выше-названные товарищи позволили себе подорвать мой авторитет, для чего сунули мне в карман птицу...». Или: «Ну, что ж, заслушаем клоунов... Ну и что, что квартет? Добавьте сюда еще людей — будет большой, массовый квартет!»

С премьеры «Карнавальная ночь» прошло уже более 50 лет, а век Огурцовых все не проходит и не проходит. Они руководят газетами, театрами, вузами... То же и в спорте. Недавно прочитал интервью с экс-президентом «Локомотива» Николаем Наумовым, который сетовал: «Человек без категории Pro тренировать команду премьер-лиги не имеет права. Почему же должность спортивного директора или руководителя селекционной службы может занимать кто угодно? И для них надо ввести лицензирование».

Но чем страшен дилетант? А вот чем: стремясь доказать свою состоятельность, он вынужден лебезить перед начальством и, обладая недюжинной энергией (иначе бы зачем ему принимать новую должность?!), действует как слон в посудной лавке. Все рушит, унижая подчиненных и постепенно скатываясь в хамство, о котором писатель Дмитрий Мережковский сказал так: «Одного бойтесь — рабства и худшего из всех мещанств — хамства, ибо воцарившийся хам и есть черт — уже не старый, фантастический, а новый, реальный черт, действительно страшный, страшнее, чем его малюют, — грядущий Князь мира сего, Грядущий Хам».

Конечно, не просто противостоять заурядным, но самодовольным и толстокожим, привносящим дух коммунальной кухни в любое сообщество, где они намерены воцариться. Но надо! По мере сил надо противостоять демагогам и дилетантам с их комплексами неполноценности. Иначе они, ощущая полную безнаказанность, будут активно размножаться...

В «ленте» высказывалось мнение о необходимости развития профсоюзного движения в медиаотрасли. Были и экстравагантные предложения — имитировать деятельность, выпуская плохую газету, за что руководителя рано или поздно снимут. А кто-то даже привел стихи Александра Блока «Фабрика»: «В соседнем доме окна желты. / По вечерам — по вечерам / Скрипят задумчивые болты, / Подходят люди к воротам. / И глухо заперты ворота, / А на стене — а на стене / Недвижный кто-то, черный кто-то / Людей считает в тишине. / Я слышу всё с моей вершины: / Он медным голосом зовет / Согнуть измученные спины»

/ Внизу собравшийся народ. / Они войдут и разбре-
дутся, / Навалят на спины кули. / И в желтых окнах
засмеются, / Что этих нищих провели»...

Разговор продолжается...

P.S. У этой истории – благополучный финал. Ев-
гений Воробьёв, поздравляя коллег с началом весны,
добавил: «Лучший подарок – Б. таки попёрли! Мо-

рально-волевая, но победа. Хватит из журналистов
коврики для вытирания сапог делать».

Примечания

1. https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=116400609403597&id=100031009757829 Речь идет о редакции газеты, принадлежащей «Единой России».



Евгения Войтик

Шахматы в российской печати XVIII в.: зарождение темы

Аннотация: исторический подход в той или иной журналистской теме помогает раскрыть ряд малоизученных вопросов и понять, что составляют их основы в период зарождения. Данная статья позволяет изучить и дополнить одну из редких тем в спортивной журналистике: шахматы в России XVIII в. и печать того времени. В публикации подробно рассмотрены основные этапы опубликования шахматных материалов в виде фрагментов в журналистских и литературных произведениях. Здесь же анализируются различные формы подачи такой информации.

Ключевые слова: шахматы, печать, история, текстовый фрагмент.

Детальное изучение журналистами конкретного вида спорта помогает понять его суть, истинное состояние. Кроме того, через исторические моменты раскрываются малоизвестные факты, особенно когда какой-либо вид спорта находится на стадии зарождения.

Шахматы уже на протяжении многих веков являются уникальной настольной игрой, помогающей вырабатывать логическое, системное мышление. Через действия двух игроков можно увидеть многое: при тишине и внешнем спокойствии существует интрига, большой азарт, противоборство различных стратегий и тактик.

Литература и журналистика могут помочь сориентироваться в вопросе, когда произошел переход шахматной игры в России от досуга к профессиональной сфере.

Уже в начале XVIII в. в России появляются первые публикации о том, как появились шахматы. В основном это были версии зарубежных авторов. Примером может служить вышедшая в 1720 г. книга на русском языке итальянского и английского историка Полидора Виргилия Урбинского (ок. 1470–1555) «О первых изобретателях всех вещей». Здесь утверждалось, что изобретателем игры был Ксеркс, который около 3536 г. предложил Царю, имевшему крутой нрав, «обуздать жестокость Тирана страхом, и желая сим примером вразумить, показал, что величество без силы и помощи человеческой весьма мало может, и находится в опасности, когда сею игрою открывалось, что Царь

удобно низвергнут быть может, ежели не будет иметь осторожности и не будет защищен от подданных» [1, с. 166].

Во многих российских городах и селениях в шахматы играли просто для развлечения, чтобы занять досуг. Интересно, что до середины XIX в. авторы многих литературных произведений и журналистских публикаций часто путали шахматы с шашками, видимо, потому, что все шахматные фигуры в те времена называли шашками.

В 1760–1770-е гг. в столичной прессе начали появляться единичные случаи упоминания шахмат. В частности, это были рекламные объявления. Например, в 1764 г. в «Санкт-Петербургских ведомостях» (в № 13, 20, 47, 53) было напечатано следующее объявление: «Костяных дел мастер Осип Лужин делает костяные разные вещи, а именно: шахматы, марки, табакерки, ключики, к ножам черенья, шкатулки, баулы, кабинеты из разных деревьев, трости, смычки к скрипкам и проч., и желающие оные вещи готовые покупать или вновь заказывать, сыскать его могут на Адмиралтейской стороне у кроватного ряду, в доме Санкт-петербургского купца Козьмы Томашевского» [2]. Хотя шахматы упоминаются среди различных костяных вещей мастера, они идут первыми в списке, что подтверждает их существование как одной из основных настольных игр того времени.

В 1780-х гг. в журналах начали печататься литературные произведения зарубежных и отечественных авторов, где встречаются более объемные эпизоды, посвященные шахматной игре. В 1784 г. в журнале «Городская и деревенская библиотека» была опубликована повесть «Огир Датский» «из Библиотеки немецких романов» (пересказ рыцарского романа Ожье — датчанина). В ней напор страстей на первый взгляд «тихой игры», отражает следующий отрывок: «Принц имел охоту к шахматной игре; сын Огиров часто играл с ним. В один день Карлман сряду проиграл ему две, досадуя на то, уповал, по крайней мере поправиться третью, но Балдвин сделал нечаянную выstupку, и дал Принцу шах и мат» [3, с. 299]. Далее в повести говорилось о том, что последствия были печальны: принц в раздражении бросил в соперника золотую шахматную доску и убил его, попав в голову. Другие «шахматные» фрагменты в литературе и прессе были положительными или нейтральными.

Издатель Н. И. Новиков первым в России сделал удачную попытку использовать информацию о «спортивных» играх иносказательно: в пункте 16 нравоучительных правил «Истины» («Утренний

Об авторе: Войтик Е. А., доктор филологических наук, доцент кафедры телерадио журналистики Томского государственного университета.

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 одну не принимается, чтоб в то же время не обозреть и другую, которая могла бы принести ему более пользы» [4, с. 186–187].

В 1787 г. в «Детском чтении для сердца и разума» в цикле небольших повестей французской писательницы С. Ф. Жанлис «Деревенские вечера» (адаптированный перевод на русский Н. М. Карамзина) шахматная тема затрагивается в двух из пяти произведений. В первой повести «Исправленная леность» есть несколько малых фрагментов, где упоминаются шахматы. Первый эпизод, когда при представлении главного героя Петра Добролюбова, уезжающего из Москвы в деревню, автором даются следующие характеристики: «... ибо он очень жалел о Москве, газетах и шахматной игре, которая лет уже десять была первым его упражнением» [5, с. 6]. Здесь буквально в двух строчках отражена любовь героя к шахматам, которая длится не один момент, а продолжается уже десятилетие. В следующем эпизоде дано краткое описание еще одного второстепенного героя: «... сверх того один небогатый дворянин, человек обходительный и добрый, который жил только в версте от Уединенного, довольно хорошо играл в шашки...» [Там же].

В другой повести «История господина Чудина» уже представлен большой фрагмент с подробным описанием игры в шахматы в деревне: «Вставши из-за стола, Своемыслов, поведал, что г. Чудин играет в шашки. После открытия сего немедленно предложил он ему сыграть несколько игр» [6, с. 88]. Хозяин дома Своемыслов, поверив рассказам студента, что у него хороший уровень, в первой партии разрешил Чудину взять у себя слона. Но потом игра не пошла, и студент нервно смешал все фигуры посередине партии. Вторую партию Своемыслов спокойно выиграл. В произведении указывалось, что хозяин дома не имел даже второй степени по игре, не говоря о первой, которой хвастался студент.

Еще в одной журналистской публикации, в том же 1787 г., российские читатели журнала «Детское чтение для сердца и разума» познакомились с «шахматной тайной». В комментарии к одному из эпизодов нравоучительной сказки С. Ф. Жанлис «Альфонс и Далинда, или Волшебство искусства и природы» Н. М. Карамзин как переводчик пытается раскрыть секрет автомата под условным названием «Турок шахматист», играющего в шахматы: «В 1783 г. показывали сии 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» [7, с. 135]. Однако это оставалось загадкой довольно продолжительное время. Даже в 1820–1830-е гг. в отечественной прессе и книгах продолжались споры по этому вопросу: «А был ли там человек?» В частности, это обсуждалось в таких публикациях, как «Игра шахматы (Царь Шихрам. — Автомат Кемпелена. — Обезьяна и гасконец)», «Литератур-

ная газета», 1831, от 1 апр.), «Королевский институт в Лондоне» («Библиотека для чтения», 1838, т. 11.), «Тайна знаменитого автомата, обыгравшего всех в шахматы» («Отечественные записки», 1839, т. XI); в книгах: А. Петров «Шахматная игра» (1824, СПб.), «Энциклопедический лексикон» (1835, СПб, т. 1.) и др. Хотя на рубеже XVIII–XIX вв. шахматные автоматы создавались и другими умельцами, однако эта конструкция, благодаря прессе, была самая знаменитая.

В 1787 г. в «Полном собрании всех сочинений» драматурга, критика и поэта А. П. Сумарокова (1717–1777), напечатанном после его смерти, была публикация «Некоторые статьи о Добродетели». В этой статье Сумароков немного критично отозвался о шахматной игре. Описывая добродетели, он писал: «Кто лучше судить может то, как сам автор: вошли ли г. Алексева, и г. Рубановская, во авторские мысли и чувства? г. Молчанова, г. Львова, г. Левшина, Г. Нелидова, г. Баршова, г. Алымова и г. Арсеньева, конечно и театральными представлениями делают честь нашему веку, г. Бетскому, и г. Лафони. Многие и тем возносятся, что они хорошо в вист и в шахматы играют. Картами и шахматами отличаются люди самой мелкой профессии; ибо вкус наш сими забавами не исправляется: а декламация нас возвышает» [8, с. 244]. Хотя исторические факты доказывают, что в то время шахматы были не чужды разным россиянам — ни царским особам и их окружению, ни дворян, ни купцам, ни мастеровым и ремесленникам.

Однако в данный период в европейском обществе, в том числе и России, бытует иное мнение, предложенное священнослужителями, что шахматы — нехорошая игра, зло. Потому некоторые мыслители повторяют это в своих произведениях — например, в книге француза И. З. Штоя «Начальное руководство к наставлению юношества» (1793, кн. в 4-х частях) в четвертой части в конце главы «Продолжение детских игр» написано: «Игра в шахматы, или игра в шашки не лучше первых [карты, кости], хотя оные и хвалят. И так немало должно было бы сожалеть, если бы родители или наставники столько были прозорливы, что дали бы заблаговременно понятие об оных детям, почитая то за одолжение им сделанное, на счет будущего их счастья, склонности и навыка» [9, с. 18].

В конце XVIII в. распространению информации о шахматах в российском обществе способствует и выход специальных книг, посвященных описанию данного вида спорта (тогда как настольной игры) и содержащих советы по его обучению: А. Л. Леонтьев «Описание китайской шахматной игры» (СПб, 1775); «Правила для шашечной игры, (перевод с англ. Б. Франклина «Моральные ценности шахмат» (СПб., 1791).

В целом, можно отметить, что шахматная тема в литературе и в журналистике России XVIII в. только зарождалась (прежде всего в 1780–1790-е гг.). По структуре это были в основном литературные шахматные эпизоды малого и большого размера. Тем не менее, уже тогда журналисты предпринимали экспериментальные попытки интересно представить шахматы для читателей. Они использовали разные приемы, например соединить «невозможное с возможным», а точнее, сделать тонкий намек на порядочность

через иносказательную форму: в понятии интриги женщины и реакции шахматного игрока в игре или упомянуть шахматистов в литературной критике. Но это было только начало. Следующий XIX в. дал возможность раскрыться шахматам в периодической печати полноценно, перейдя в начале века от фрагментов к полноценным публикациям, а далее к специальным разделам и шахматным периодическим изданиям.

Литература

1. Полидор В. У. О первых изобретателях всех вещей / В. У. Полидор. — Москва, ч. 1. — 406 с.
2. Продажа деревень, дворов и вещей // Санкт-Петербургские ведомости. — 1764. — № 13 (то же самое — в № 20, № 47, № 53).
3. Огир Датский // Городская и деревенская библиотека. М. 1784. Ч. IX. 371 с.
4. Истины // Утренний свет. — Москва, 1785, ч. 4. — 398 с.
5. Исправленная леность / Деревенские вечера // Детское чтение для сердца и разума. — Москва. — 1787. — Ч. IX.
6. История господина Чудина / Деревенские вечера // Детское чтение для сердца и разума. — Москва. — 1787. — Ч. IX.
7. Жанлис С. Ф. Альфонс и Далинда, или Волшебство искусства и природы / С. Ф. Жанлис // Детское чтение для сердца и разума. — Москва. — 1787. — Т. XI.
8. Сумароков А. П. Некоторые статьи о Добродетели // Полн. собр. соч. — Москва. — 1787. — Ч. 6.
9. Начальное руководство к наставлению юношества или Первые понятия о вещах всякого рода / Выбранные из Базедова, Перольта и других лучших сочинителей, писавших о воспитании детей. — Москва, 1793. — Ч. 4.



Ксения Марчан Женская пресса: традиции и новаторство

Аннотация: в статье представлена типология женской прессы, различные ее классификации; проведен также экскурс в историю данного сегмента периодической печати.

Ключевые слова: типология, классификация, женская пресса, журнал, формат, глянец.

Сегодня отечественный рынок печатных средств массовой информации насыщен изданиями, ориентированными на женщин. При этом с типологической точки зрения в данном сегменте периодической печати необходимо изначально выделить:

а) **собственно женскую прессу** как специфическую информационную нишу;

б) те издания, в которых **женская аудитория преобладает:**

— **биографические** журналы («Караван историй», Story, «Gala. Биография» и др.);

— **информационно-развлекательные еженедельники о жизни знаменитостей** (Hello!, OK!, StarHit, «Тайны звезд» и др.).

Важным данное размежевание является потому, что предполагает разный тематический контент и целевые установки, влияет на характер информирования и методы воздействия на аудиторию. Мы подробно остановимся на анализе первой категории — изданий для женщин.

Л. Г. Свитич так характеризует данный сегмент периодической печати: «Женские СМИ — мощное направление современной журналистики. Это не удивительно, потому что больше половины взрослого населения страны составляют женщины. Потребность в женских изданиях и публикациях на женские темы в общей прессе диктуется общественными потребностями, местом и ролью женщины в процессах воспроизводства и функционирования социальной системы. Роли женщины в современном обществе многообразны — от продолжательницы рода до общественной деятельницы, свободной творческой личности» [1, с. 157].

Приступая к анализу современной женской прессы, необходимо сразу отметить многочисленность существующих изданий и одновременно с этим их тематическое однообразие и преимущественно развлекательную направленность. В настоящее время на информационном рынке России среди женских периодических изданий в количественном отноше-

нии преобладают **журналы «глянцевого» формата** (Cosmopolitan, Glamour, Vogue, «Домашний очаг» и др.), прежде всего международные и общенациональные, круг интересов которых — это мода, красота, взаимоотношение полов, психология, досуг. Их лидирующие позиции объясняются просто: устойчивый спрос среди целевой аудитории обеспечивает высокие тиражи и стабильную прибыль, в первую очередь от реализации рекламных площадей. Такая ситуация стала складываться еще в 90-е годы XX века, когда вся российская система СМИ в условиях смены общественно-экономической формации претерпевала серьезные типологические трансформации: «Активизация сегмента женской периодики обуславливалась, с одной стороны, читательским спросом, с другой — коммерческим фактором. Женские журналы вошли в список изданий, наиболее популярных у рекламодателей. Значительного успеха на отечественном медиарынке достигли проекты западных компаний, представивших отечественной аудитории версии известных журналов Elle, Cosmopolitan, Vogue, Marie Claire и др., что определило основные тенденции развития женской журнальной периодики: превалирование западных моделей изданий, усиление роли рекламы в деятельности СМИ, использование новейших технологий в издательском процессе» [2, с. 209].

В связи со стремительным развитием и распространением женской печати на рубеже XX–XXI вв. изучением нового сегмента информационного рынка занялся ряд отечественных исследователей. Первые публикации, посвященные данной теме, были сделаны Р. М. Ямпольской и фокусировались на вопросах типологических особенностей женской прессы [3]. В дальнейшем появились диссертационные работы Лу Мими, А. В. Жуковой, В. В. Смеюхи, Е. А. Пленкиной и др. [4]. На сегодняшний день наиболее полно и разносторонне специфику, функционирование и историю становления женских СМИ в России рассматривает доктор филологических наук В. В. Смеюха [5].

Исторически женская пресса развивалась в двух основных направлениях: **качественные** издания просветительского/воспитательного толка (вариации: литературные, литературно-общественные, педагогические, социально-политические, идеологические и проч.) и **массовые**, ориентированные на прикладную, развлекательную тематику (мода, рукоделие, домоводство, взаимоотношения полов и т. д.). Причем более успешными во все времена, естественно, были последние, в их структуре лишь расширялся спектр тем и изменялись задачи.

Об авторе: Марчан Ксения Владимировна, кандидат филологических наук, старший преподаватель Института гуманитарного образования и информационных технологий.

Первым в истории печати изданием для женщин стал еженедельник *The Ladies Mercury* издателя и журналиста Джона Дантона, вышедший в Лондоне 27 июня 1693 г. Он представлял собой всего один лист, пропечатанный с обеих сторон. «В обращении к читательницам самого первого номера редактор открыто заявил, что его журнал «ответит на самые очаровательные и занимательные вопросы, касающиеся любви, замужества, стиля поведения, одежды и женского юмора». Именно в этом издании впервые появилась знаменитая колонка вопросов и ответов, в которой читательницы, приславшие письма в редакцию, обменивались решениями житейских и любовных проблем. Интерес к таким журналам публика проявила сразу. В начале XVIII в. в Европе выходило уже несколько изданий, преимущественно посвященных моде: немецкий *Journal des Luxus und des Moden*, английский *The Lady's Magazine* и *Gallery of Fashion*. А во Франции одновременно издавались сразу четыре журнала [6].

В России идея выпускать журнал, адресованный женской аудитории, принадлежала издателю Н. И. Новикову. В 1779 г. он основал «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета» — первый женский литературный журнал. В свет вышло всего двенадцать книжек (четыре части по три номера), и к каждой была приложена картинка — «Щеголиха на гулянье», «Счастливого щеголь», «Раскрытые прелести», «Убор а ля белль пуль», «Чепец победы» и т.д. Иллюстрации сопровождалась ироничными подписями, высмеивающими чрезмерное щегольство. Журнал носил скорее дидактический характер. «Подготовленный и выпущенный Н. И. Новиковым первый женский журнал заложил тематические и типологические основы женской прессы. Были обозначены ее функционально-целевые особенности — развлечение и воспитание аудитории; определена тематика, главным предметом которой стала чувственно-эмоциональная сфера деятельности человека; была обозначена структура. В состав редакции рекомендовалось включать авторов-женщин; оформление становилось одним из существенных типологических компонентов: кроме «модных» картинок, в журнале помещены рисунки цветов, все номера были оформлены с помощью виньеток» [7, с. 15–16].

В отличие от европейских аналогов редактор журнала обозначил иные цели выпуска: «Доставить прекрасному полу в свободные часы приятное чтение, почему и будут в оном помещаться только такие сочинения или переводы, кои приятны или забавны». Страницы его заполнялись сказочками, анекдотами, идилиями, эклогами, песнями, эпиграммами, загадками, прилагалось «и о том старание, чтобы сообщаемо было о новых парижских модах» [8].

Новиков, воспитанный на традициях эпохи Просвещения, видел свою миссию в служении людям, посредством своих изданий он стремился помогать читателям в их духовном развитии: «Новиков считал необходимым работать над моральным усовершенствованием каждого отдельного человека, помочь ему

освободиться от пороков, а когда это будет сделано — исправится и общество в целом. Каждый должен был заботиться о своем нравственном перерождении, активно действовать на пользу другим людям. Такие задачи и принялись диктовать читателям периодические издания Новикова» [8].

Среди отечественных издателей именно Новиков начал развивать специализированную прессу, которая предназначалась разным категориям читателей. Помимо знаменитых сатирических журналов, на страницах которых он вступал в полемику с императрицей Екатериной II, в дальнейшем Новиков открыл нравственно-религиозное издание с философским уклоном «Утренний свет» (1777–1780), выпустил первый в России критико-библиографический журнал «Санкт-Петербургские ученые ведомости» (1777). Он же издавал «Московские ведомости» со множеством тематических приложений («Экономический магазин», «Городская и деревенская библиотека», «Магазин натуральной истории, физики и химии» и др.), в том числе выпустил в приобщение к «Ведомостям» журнал «Детское чтение для сердца и разума» (1785–1789).

Точечного воздействия на целевую аудиторию Новиков стремился достигать за счет узконаправленной специализации каждого печатного органа, которые создавал, и, можно сказать, индивидуального подхода. Так, выпускная женский журнал, издатель особое внимание уделил оформлению, ориентируясь именно на запросы женской аудитории: «Журнал Новикова был роскошным изданием: в то время как большинство журналов XVIII в. печаталось на шершавой серой бумаге, издатель “Модного ежемесячного издания...” часть тиража выпускал на веленовой бумаге, все номера были украшены, помимо картинок, виньетками, владельческим знаком издателя (две буквы “НН” в окружности) — Новиков завел особый цех художников, граверов» [9, с. 27].

Типологическое нововведение Новикова, связанное с узкой направленностью периодических изданий, а значит, специализацией по тематике или аудитории, наложило отпечаток на дальнейшее развитие журналистики в целом. В этой связи, возвращаясь к женской печати, нужно отметить дифференциацию первых изданий для женщин, появившихся в начале XIX в. Исследователь В. В. Смеюха отмечает тематический принцип классификации женской периодики этого периода и предлагает деление на следующие типы изданий:

— **литературные женские журналы** («Модное ежемесячное издание» (1779), «Журнал для милых, издаваемый молодыми людьми» (1804), «Кабинет Аспазии» (1815), «Дамский журнал» (1823–1883), «Лучи» (1850–1860));

— **женские журналы мод, домоводства, рукоделий и литературы** («Магазин английских, французских и немецких новых мод» (1791), «Модный вестник» (1816), «Ваза» (1831–1884), «Гирлянда» (1846–1860) и др.).

Первый тип отличался яркой культурно-просветительской направленностью, наполнение таких

журналов составляли литературные и публицистические материалы по вопросам литературы, истории, философии — все это отражало интересы узкой (на тот момент) образованной прослойки женского населения, что придавало журналам элитарный характер. В то время как второй тип изданий был ориентирован на более массовую аудиторию и предлагал соответственно иной набор тем, направленный на семейные, личные интересы женщин; позже добавилась функция развлечения, что и гарантировало им в дальнейшем залог популярности у женской аудитории [10].

Подобная ситуация в данной типологической нише очень точно определяет приоритеты большей части женского населения как в прошлом, так и в настоящем. Отраслевая печать для женщин всегда ориентировалась в первую очередь на решение прикладных задач и реализацию утилитарных, бытовых интересов. Этим можно объяснить и то, что уже во второй половине XIX в. выпускаются новые журналы, адресованные профильным группам («Вестник моды для портних», «Модный курьер», «Модистка», «Акушерка»), а также выходят тематические издания «Русская хозяйка», «Новый русский базар», «Модный свет», «Моды и рукоделия». В это же время продолжает углубляться специализация изданий по интересам и по возрастному критерию: «Рассвет» (универсальный, рассчитанный на широкую аудиторию), «Лучи» (для девушек), «Мой журнал» (для девочек), «На помощь матерям» [1, с. 156].

Характерной чертой периода становления женских журналов явилось относительно непродолжительное время их издания — от года до трех лет. В. В. Смеюха объясняет данное обстоятельство следующими причинами: «Во-первых, еще не сформировалась читательская аудитория. <...> Требовалось время для того, чтобы читательницы «привыкли» к женской прессе. <...> Во-вторых, у отечественных издателей отсутствовал опыт работы в данной области журналистики, что выразилось в нечетком формировании целей и задач, слабо разработанных программах нового для того времени типа прессы. <...> В-третьих, женская пресса развивалась благодаря частному капиталу. Средства, вложенные в создание женских журналов, не окупались. Издательские предприятия становились убыточными ввиду отсутствия массового покупательского спроса» [7, с. 25–26].

Эволюция женской прессы неразрывно связана с положением женщины в обществе в различные исторические периоды. Если на первоначальном этапе формирования этой типологической ниши женщине отводилась пассивная роль в жизни социума, что отражалось и в структуре, и в тематике первых изданий, а также сказывалось на их количестве и небольших тиражах, то с распространением в середине XIX в. феминистских взглядов активизировалось и движение за эмансипацию женщин, а вслед за этим в том же направлении стала развиваться и периодическая печать.

С распространением женского образования более регулярно стали выходить и женские журналы,

в том числе профильные, например «Женское образование». Женщины берут управление в свои руки и становятся редакторами, издателями. Изменяется не только содержание, но и оформление изданий, в частности появляются иллюстрации. Параллельно с массовыми изданиями складывается особый тип **литературно-общественного журнала** для женщин («Рассвет», 1859–1862 гг.; «Женский вестник», 1866–1868 гг.; «Друг женщин», 1882–1884 гг.), отдельную группу представляет **педагогический журнал** («На помощь матерям», 1894–1904 гг.).

Но в количественном отношении во второй половине XIX в. все типы женской прессы превосходят **журналы мод, домоводства, рукоделия и литературы**: «В Петербурге выходили “Русская хозяйка” с подзаголовком “Домоводственный журнал” (1861–1862), “Модный магазин” (1862–1883), “Русский базар” (1863–1866), “Новый русский базар” (1867–1894), “Модный свет” (1868–1883), “Модные выкройки” (1872–1882), “Моды и рукоделия” (1875–1880), “Женский труд” (1880–1882), “Вестник моды” (1885–1916), “Венский шик” (1899–1908), “Модный курьер” (1900–1910), “Иллюстрированный журнал белья и рукоделия” (1901–1907) и др. В Москве в 1860 г. появился “Монитор. Журнал для дам и девиц, посвященный женскому хозяйству, рукоделиям, модам” (1860–1861)» [7, с. 48].

Первые годы XX в. ознаменовались существенными переменами в типологии русской журналистики, что отразилось и на женской периодике, а именно: сложился новый тип **женского политического журнала** («Женский вестник», 1904–1917; «Союз женщин», 1907–1909; «Работница», с 1914 г.). Политическая обстановка в стране требовала привлечения новых сил к продвижению идей революции, в числе которых было и отстаивание равноправия и свобод для женщин. Политические журналы активно взялись за подключение женского населения к «классовой борьбе», одной из основных тем публикаций была социально-политическая деятельность женщин. Однако, несмотря на явную злободневность подобного рода изданий, круг их читательниц был весьма узок, а численность мала. Большинство женской аудитории по-прежнему нуждалось прежде всего в удовлетворении утилитарных потребностей.

Наиболее востребованными в начале XX в. все же оставались массовые издания, которые затрагивали широкий круг проблем и интересов женщины, представляли ее исконные роли в обществе — это были **литературно-общественные журналы универсального типа и издания мод, домоводства и рукоделий**. Как пишет исследователь Е. Ю. Коломийцева: «Отличительными особенностями женских литературно-общественных журналов того времени стали ориентация на познавательность, развлекаемость, дидактичность, освещение тех сторон общественной, семейной, религиозной, культурной и педагогической жизни, с которыми наиболее часто соприкасается женщина, т.е. тяготение к универсальному характеру информации («Женщина», «Дамский мир», «Женское дело», «Журнал для хозяек», «Журнал для женщин» и др.)» [11, с. 165].

И особенно интересно отметить еще одно новое направление, возникшее в женской журналистике того периода: «...ученические издания, или журналы барышень, как их называли: “Начало” (1906–1911), “Пчелка” (1909–1915), “Ручеек” (1913–1914), “Наш друг” (1911–1914) и др. появились при различных женских учебных заведениях. Это была своеобразная школа юного журналиста, где оттачивали перья будущие писательницы и публицистки» [11, с. 165].

С приходом советской власти систему средств массовой информации затронули серьезные структурные и типологические трансформации: в организации их деятельности стал преобладать принцип иерархической вертикали, предполагавший деление органов печати на **центральные**, которые рассматривались как приоритетный сектор и чья информационная повестка жестко регламентировалась ЦК КПСС, и **региональные/местные** (краевые, областные, городские, районные, сельские и т.п.), которые в своей деятельности соответственно ориентировались на политику первых, но с учетом местной специфики, обычаев и традиций регионов. По такому же образцу стала складываться и система женской периодики.

Основными женскими изданиями советского периода стали журналы «Работница», «Крестьянка», «Советская женщина». Кроме того, выходило 17 республиканских журналов, а также иллюстрированные журналы мод. После войны к ним добавились два международных — орган Международной федерации женщин «Женщины мира» и советско-индийский журнал для женщин «Диалог» [1, с. 156].

В годы становления советской власти содержательное наполнение женской периодической печати отражало и реализовывало идеологические установки по формированию образа советской гражданки, в первую очередь труженицы и общественницы. Постепенно, как не отвечающие задачам партии, из информационного пространства женской прессы уходят типы массового литературно-общественного журнала и изданий, посвященных моде, домоводству и рукоделию. Их место прочно заняли общественно-политические журналы, где указанные направления освещались в специальных разделах, рубриках, на тематических страницах (например, журнал «Общественница», 1936–1941). Хотя в 1930-е гг. выходило несколько модных журналов: «Костюм и пальто» (1935–1942), «Модели сезона» (1936–1941), «Моды» (1937–1941). Но, как отмечает В. В. Смеюха, данные издания не были рассчитаны на широкую аудиторию [12, с. 25].

Во время Великой Отечественной войны многие женские издания приостановили свою деятельность: вся журналистика была направлена на поддержание морально-боевого духа армии и мобилизацию трудовых ресурсов, а возродившиеся после женские СМИ расширили диапазон тематики и проблематики. В период оттепели на их страницах рождается обновленный образ соотечественницы: «В женских журналах эталонируется морально-этический образ советской женщины, наряду с профессиональными

качествами стал рассматриваться ее духовный мир. Воспитание в женщине особенностей характера и поведения, связанных с функцией материнства и внутрисемейными обязанностями, наиболее успешно проводилось в беседах педагогов, психологов. Подобная форма общения с аудиторией вела к публичному обсуждению и, следовательно, к признанию и распространению нехарактерных для женщины тоталитарного общества личных чувств, внимания к внешнему виду». В 1980-е гг. происходит **модификация типа общественно-политического женского журнала в издание для женщины и ее семьи**: это выразилось в появлении приложений для семьи, рубрик по домоводству, рукоделию, воспитанию, психологии [10].

В годы перестройки читательницам был открыт журнал немецких домохозяек *Burda Moden*, который колоссально отличался от привычных отечественных изданий по содержанию и красочному оформлению, показывал им незнакомый быт и потому имел оглушительный успех у аудитории. Особый интерес вызывало наличие в нем выкроек для моделей одежды. *Burda Moden* стал первым зарубежным изданием, оказавшим влияние на дальнейшее развитие отечественной женской периодики. Вслед за ним эстафету переняли крупные международные издательства, пришедшие уже на российский информационный рынок в 1990-е годы.

Современная история развития женской периодики в России начинается с распадом Советского Союза, повлекшим за собой серьезные политические и экономические перестройки в жизни общества. Возникший в новых условиях рынок СМИ стал функционировать по совершенно отличным от прежних реалий законам, и достаточно стабильная система женских изданий также претерпела серьезные изменения как в своей структуре, так и в содержательном плане.

Исследуя тенденции развития женской прессы в 90-е гг. XX в., современница Р. М. Ямпольская останавливается на устойчивых качествах, свойственных женской периодике изначально, которые и дают возможность говорить о ней как об особом типе печати в общей системе СМИ: «Это по-прежнему, как правило, издания массового, популярного вида, эмоционального и психологического характера, социально-экономической, образовательно-воспитательной и практической направленности, связанной с формированием личности женщины, ее общественного лица, с укреплением семьи и здоровья, милосердия и нравственных устоев, с образованием и настроением женщины, с удовлетворением ее разнообразных интересов. Пожалуй, возрождение забытых и отодвинутых на второй план традиционных форм стало тенденцией современной женской прессы, которая обогатила ее и разнообразием видов отдельных изданий, и возвратом к оказавшимся на долгое время в тени родовым признакам этой группы» [13, с. 3].

Отмечая первым делом изменения социально-правового статуса прессы того периода, которые ска-

зались на деятельности всех СМИ, Р. М. Ямпольская пишет о пересмотре некоторыми традиционными женскими изданиями собственной стратегии, в частности «повсеместный отход женской прессы от политики» в начале 1990-х гг. и возвращение к этому вопросу, по крайней мере на страницах газет, уже в середине последнего десятилетия XX в. (газеты «Женские дела», «Москвичка», «Сударушка», «Прекрасная маркиза»). Также в качестве примера изменения концепции издания автор статьи приводит журнал «Крестьянка», который прежде ориентировался на сельское население, но кардинально поменял содержательное наполнение так, чтобы завоевать «читателей больших, даже столичных городов», и настроился на развитие интеллектуальных возможностей своей аудитории, что, как считает исследовательница, «не учитывает требований типологии к отдельным изданиям и, значит, нарушает законы оптимального функционирования журнала» [13, с. 6–8].

Наконец, автор не без сожаления отмечает «бросающую порой в глаза недостаточную компетенцию редакторов женских страниц в осмыслении истинных, а ненадуманых проблем для различных групп читательниц, отрыв от вопросов женского движения и т. п. Местами проявляется склонность к скандальным темам, искусственно извлекаемой на поверхность информационного поля «светскости» и т. п.» [13, с. 11]. Нельзя не прокомментировать, что данная «склонность» не только закрепилась и сохранилась до наших дней, но и стала сегодня характерной чертой массовой женской периодики.

За последнее десятилетие XX в. сложилась определенная типология женских периодических изданий на российском рынке. Свои модели классификации профильных СМИ для женщин предлагали Р. М. Ямпольская, Лу Мими, А. В. Жукова и В. В. Смеюха. В обзорной статье «Проблемы типологии женских изданий» Е. А. Пленкина рассматривает концепции, предложенные названными исследовательницами, в каждой из которых в качестве ведущих типобразующих признаков выделяются: тип аудитории, характер изложения/информации, а также целевое назначение. Среди других критериев данных классификаций названы следующие: периодичность, объем/формат, предмет отображения/тематика, родовая принадлежность изданий, масштаб распространения [14].

В свою очередь исследователь Л. Г. Свитич, говоря о нише женской прессы как о подсистеме российских СМИ, предлагает типологическую структуру, разделенную по нескольким основаниям:

- 1) **по виду изданий:** журналы, еженедельники, газеты, дайджесты, бюллетени, практические руководства, приложения к различным изданиям;
- 2) **по региону распространения:** всероссийские, республиканские, региональные (одна или несколько областей), городские, международные;
- 3) **по аудиторному признаку:** всем женщинам России, региональным и этническим сообществам, русским женщинам, живущим за рубежом, читателям различных женских организаций, различным

возрастным группам, женщинам среднего активного возраста, женщинам-матерям, семье, представительницам различных женских профессий, деловым женщинам, женщинам с высоким уровнем дохода;

4) **по целевому назначению:** общесоциальной направленности, просветительской и образовательной направленности, информационно-познавательные, проблемно-информационные, информационно-развлекательные, развлекательные, прикладные и практические, рекламно-информационные;

5) **по предметно-тематической специализации:** издания широкого профиля и по тому или иному кругу тем и проблем (семья и школа, здравоохранение, профессионально ориентированные и одновременно популярные издания, литературно-художественные; как особая группа — журналы мод, популяризирующие технику шитья, рукоделия, ведения домашнего хозяйства, художественного творчества и мастерства; «глянцевые журналы»;

6) **по периодичности:** ежемесячные и еженедельные журналы, газеты;

7) **по объему:** «тонкие» и «толстые»;

8) **по форме изданий:** традиционные печатные, их электронные версии и интернет-издания (последнюю категорию мы не рассматриваем в контексте данного параграфа, т. к. концентрируемся на печатных изданиях) [1, с. 168–170].

Классификацию женской прессы 1990-х гг., базирующуюся на слиянии аудиторной специфики и тематической направленности изданий, представляет В. В. Смеюха. Исследователь выделяет следующие типы женских журналов:

- социально-бытовые («Работница», «Крестьянка»);
 - семейно-бытовые («Натали», «Женский клуб», «Лиза», «Домашний очаг»);
 - элитарные (Cosmopolitan, Marie Claire, Elle, Harper's Bazaar);
 - феминистские («Женское чтение», «Преображение»);
 - литературные («Берегиня»);
 - профессиональные («Сестринское дело», «Секретарь», «Секретарь и офис»);
 - журналы для девушек («Штучка», «Маруся»);
 - религиозные («С Верой, Надеждой, Любовью», «Сестра»);
 - специализированные по интересам («Бурда моден», «Диана моден», «Золушка вяжет») [7, с. 141–181].
- В своих новых трудах В. В. Смеюха отмечает, что развитие прессы в начале XXI в. привело к появлению следующих типов:

- журналы для матерей,
- журналы женского здоровья [12, с. 32].

На наш взгляд, для профильных ниш, где уже есть «ограничение» по одной из аудиторных характеристик (в данном случае — гендерной), принципиальными типобразующими факторами, влияющими на содержательное наполнение и концепцию СМИ, остаются три: **охват аудитории по региону распространения, предметно-тематический контент издания**, от которых зависит география материалов в самом широком смысле, и, наконец,

целевое назначение, задающее направление воздействия на аудиторию.

I. Представляя современную нишу женских изданий в России **по региону распространения**, нужно говорить о СМИ:

— **общенациональных** («Работница», «Лиза», «Женские секреты»);

— **региональных** («Тамбовский женский журнал», газета «Оренбургская сударыня»), в том числе **респубблик и этнических групп** (например, татарстанский журнал «Сююмбике», республиканский журнал для женщин и семьи «Башкортостан кызы», «Женщины Дагестана» и др.).

К первым можно причислить и **международные** женские издания (Cosmopolitan, Glamour, Elle и др.), выходящие в России, которые, по сути, являются общенациональными, так как в каждой стране (регионе) они ориентируются на менталитет конкретной аудитории, а здесь важен именно территориальный признак. Хотя большинство исследователей резонно выносят эту категорию изданий в отдельную группу.

На современном рынке СМИ утвердилось несколько медиакомпаний, являющихся лидерами в выпуске женских изданий: **ИД Sanoma Independent Media** (Cosmopolitan, «Домашний очаг», «Вкусно и полезно», Harper's Bazaar, Grazia, Cosmopolitan Beauty, Cosmopolitan Shopping и др.); **ИД Hearst Shkulev Media** (Elle, Elle Girl, Marie Claire и др.), **ИД Burda** (Burda, Mini, «Лиза», «Лиза. Приятного аппетита», «Лиза. Добрые советы», «Лиза. Мой ребенок»; журналы рукоделия Verena, «Сабрина» и др.), **ИД Conde Nast** (Vogue, Glamour, Tatler). Среди перечисленных представлены как версии зарубежных брендовых журналов, так и проекты, специально разработанные компаниями для отечественного рынка [12, с. 37–40].

II. Деление прессы по **предметно-тематической направленности** всегда дает в результате самый многообразный и многочисленный состав в группе специальных изданий, так как предполагает сужение и по аудиторному, и по содержательному, и по целевому признакам одновременно. По этому критерию среди женской периодики можно выделить **универсальные и специализированные** СМИ.

Универсальные женские издания затрагивают широкий круг социально-бытовых, психологических и утилитарных интересов женщины: от моды и образа жизни, бытовых советов, взаимоотношений полов, здоровья и до вопросов положения и ролей женщин в обществе, благотворительности и проч. («Лиза», «Женские секреты», «Дарья», «Всё для женщины», «Работница», «Счастливая и красивая», Cosmopolitan, Glamour, InStyle и т. п.). Универсальные издания не ограничиваются одним тематическим направлением, а стараются по максимуму охватить все стороны жизни женщин, тем самым представляя собой своеобразную энциклопедию женских тем, проблем, забот и интересов. Однако порой подобная универсализация приводит к комическим ситуациям, когда в рамках одного номера соседствуют «несовместимые», казалось бы, рубрики и материалы: секс, религия, астрология, магия и т. п.

Журналы универсальной группы ориентируются на женскую аудиторию среднего активного возраста, но по факту возраст целевой аудитории у каждого конкретного издания варьируется в зависимости от информационной политики редакции. Так, более молодые, как правило незамужние представительницы слабого пола, чаще выбирают зарубежные бренды (Cosmopolitan, Glamour, InStyle и др.), в которых, несмотря на разнообразие тематических рубрик, превалирует тема моды в разных аспектах, что и делает их привлекательными для целевой аудитории. А отечественные журналы пользуются спросом у женщин постарше, в общей массе замужних и с детьми («Лиза», «Женские секреты», «Дарья», «Всё для женщины» и др.), в их содержании преобладают практические советы, информация прикладного характера.

Специализированные издания для женщин либо предназначены для узкой по какому-то признаку группы аудитории (возраст, взгляды, интересы, статус), либо посвящены определенной тематике/проблематике, либо преследуют конкретную, как правило утилитарную, цель. При этом необязательно специализация ограничивается одним из перечисленных факторов, чаще особый тип издания складывается из их совокупности.

Итак, рассматривая предметно-тематическую специализацию женской прессы, сегодня на рынке СМИ можно выделить следующие группы изданий:

— **для будущих мам и матерей** («Беременность и роды», «9 месяцев», «Жду малыша», «Мой малыш», «Мама и я», «Мама, это я!», «Мама и малыш»);

— **о семье** («Домашний очаг», «Лиза. Добрые советы», газета «Моя семья»);

— **для девочек и девушек** («Маруся», «Штучка», Elle girl, «Лиза. Girl», «Волшебный»);

— **для женщин пенсионного возраста** («Пенсионерочка»);

— **для деловых женщин** («Бизнес-Леди», Forbes Women);

— **журналы о моде** (Vogue, Elle, Harper's Bazaar, L'Officiel, Marie Claire, Grazia, Numéro);

— **журналы о красоте и здоровье, фитнесе** («Красота&Здоровье», «Женское здоровье», «Здоровье», «Похудей!», Women's Health, «Стильные прически», Cosmo Beauty, Cosmopolitan Shopping, New Shape, Yoga Journal);

— **о психологии** (Psychologies, «Психология и я», «Здоровье школьника»);

— **о светской жизни** (Tatler, Атмосфера);

— **мировоззренческие (религиозные)** — православный женский журнал «Славянка», исламский глянцевоый журнал «Мусульманка», женский христианский журнал «Надежда для тебя»; также сюда можно отнести **феминистские** издания, правда, в последнее время их контент переместился в Интернет);

— **прикладные журналы по интересам** (шитье и рукоделие — Burda, «Шитье и крой», Verena, «Мастерица», «Ателье»; вязание — «Сабрина», «Вязание — ваше хобби»; кулинария — «Приготовь! Самая», «Кулинарный практикум», «Люблю готовить», «Рецепты на ура!»; журнал стильных невест Wedding и т. п.);

— журналы советов («Женские советы. Самая», «1000 секретов и миллион советов», «Всему свету по совету»);

— эзотерика, магия, гороскопы («Магия и красота», «Магия и жизнь», «Женская магия», «Настоящая магия»);

— издания профессиональных групп («Секретарь-референт», «Ногтевой сервис», женский профессиональный глянцево-журнал «Аптекарь»);

— дайджесты историй об отношениях («Вот это истории!», «Женские истории», «Вдвоем. Истории о любви», «Моя судьба», «Истории из жизни»);

— рекламные каталоги (сетевых магазинов «Подружка», «Л'Этуаль», «Иль-де-ботэ», «Рив Гош», а также косметических линий Avon, Faberlic, Oriflame, Mary Kay и др.).

Отдельно скажем о научном журнале «Женщина в российском обществе», который издается с 1996 г. на базе Ивановского государственного университета. С 2008 г. издание включено в перечень ВАК РФ, а с 2017 г. — в международную базу академических публикаций SCOPUS. В журнале публикуются статьи по теории и методологии гендерных исследований, гендерным аспектам государственной политики, эволюции социального статуса женщин и мужчин в российском обществе, гендерной педагогике, психологии, лингвистике, образовании, по истории и современным проблемам женского движения [15]. Однако это единственный пример научного периодического издания, посвященного вопросам гендера, хотя данная проблематика обсуждается на страницах других научных журналов, в рамках научных конференций ряда гуманитарных дисциплин, по итогам которых выходят публикации в сборниках тезисов.

Рассматриваемая профильная ниша изначально предполагает сужение аудитории по гендерному признаку, соответственно, содержание таких изданий концентрируется на своеобразных женских темах и проблемах, а все социально значимые, общественно-политические вопросы, которые если и выносятся здесь на обсуждение, в любом случае рассматриваются через призму восприятия женщин. Дальнейшее же углубление специфики каждого конкретного СМИ возможно лишь по тематической (интересы/взгляды) или возрастной составляющей. Это дает нам основания объединять все узкие предметно-тематические направления женской прессы в одну общую подгруппу специализированных изданий.

Некоторые медиакомпании и издательские дома, помимо универсальных женских изданий, успешно существующих на рынке, выпускают специализированные приложения, направленные на более узкий сегмент аудитории: Cosmopolitan Beauty, Cosmopolitan Shopping; Elle girl, «Счастливые родители»; семья тематических изданий «Лиза» — «Лиза. Приятного аппетита!», «Лиза. Добрые советы», «Лиза. Мой ребенок»; приложение к журналу «Все для женщины» — «Вдвоем»; газеты «Дарья. Биография» и «Дарья. Любимые заготовки»; дочерние издания

«Женские советы. Самая», «Похудей!», «Приготовь! Самая», «Стильные прически» и др.

Сегодня мы отмечаем преимущественно специализированную направленность женских СМИ, что влечет за собой преобладание в количественном отношении журналов, так как этот вид изданий прежде всего предназначен для углубленного исследования предмета. «Журналы — это периодика, основанная не на оперативности, но на цикличности: регулярно, раз в неделю, в месяц, обновлении информации познавательной, специальной, развлекательной. <...> В отличие от газеты, журнал тематически и аудиторно более сосредоточен. Именно журналы, исторически составившие “пару” вместе с газетами, опираясь на сведения полезные или занимательные, ценные как бы “вне оперативности”, делали ставку на четкое позиционирование своей работы, ветвились и варьировались, обнаруживая все новые возможности в новых группах аудитории (“что кому интересно; что кому нужно”» [16, с. 79–80].

III. **Целевое назначение** как типформирующий фактор напрямую связано с содержательным наполнением и определяет собственно характер изложения и подачи информации (для массовой, элитарной или профессиональной аудитории), а также задает формат издания.

Необходимо констатировать преимущественно **развлекательную и прикладную** направленность современной женской периодики. Это объясняется преобладанием специализированного контента, затрагивающего прежде всего специфические интересы и увлечения целевой аудитории. Данная тенденция подкрепляется и все возрастающей коммерциализацией женских изданий, так как именно реклама обеспечивает их успешное существование на современном рынке СМИ: ведь именно женщины являются целевой аудиторией большинства товаров и услуг, которые и предлагаются им через профильную периодику. Подобная ситуация привела к появлению на информационном рынке периодических изданий, выполняющих исключительно **рекламную функцию** (специализированные каталоги продукции).

Конечно же, нельзя отказать женской прессе в реализации **просветительской, образовательной и воспитательной** целей, но, к сожалению, в данном направлении движутся лишь единицы: прежде всего издания, адресованные будущим мамам и матерям, посвященные семейным ценностям; некоторые журналы для девочек и девушек; издания о психологии; а также малочисленные группы мировоззренческих и этнических изданий.

Естественно, что в общей своей массе женская периодика выполняет **информационно-познавательные функции**, но перевес в сторону прикладного, утилитарного характера их содержания очевиден.

Итак, говоря о дальнейшей эволюции печати для женщин на рубеже XX–XXI вв., необходимо остановиться на следующих тенденциях в ее типологии.

Во-первых, с начала 90-х гг. XX в. в связи с возникшей в условиях рынка конкуренцией наблюдался

резкий рост ассортимента женской периодики, сравните: менее десятка журналов в 80-е гг. и более ста изданий в середине 90-х гг. Некоторые существующие издания пересматривали свои стратегии. В этот период значительно расширяется и проблемно-тематический спектр женской периодики: все больше внимания уделяется не только духовному миру соотечественницы, но внешним атрибутам ее жизни, о которых раньше стеснялись говорить публично.

Во-вторых, в постсоветский период существенное влияние на женские журналы оказали международные издательские дома, благодаря которым на российском медиарынке возник новый тип массовых изданий — так называемые «**глянцевые журналы**». В их ряду, в свою очередь, также произошло деление по статусу на **массовые** (Cosmopolitan, Glamour, InStyle) и **элитарные** (Vouge, Elle, Harper's Bazaar, Marie Claire, L'Officiel), последние стали ориентироваться на публику с высоким уровнем дохода. Бурному росту численности и популярности данного типа журналов среди аудитории способствовал и тот фактор, что в кризисный для российского общества период 1990-х гг. отечественная полиграфическая продукция значительно уступала зарубежным аналогам. И потребитель стал делать выбор, естественно, в пользу хорошо оформленных и качественно напечатанных изданий, тем более что и в содержательном плане это было новое развлекательное веяние, которого так не хватало соотечественницам. Именно эта категория женской прессы сегодня продолжает прочно удерживать свои позиции в рейтинге наиболее популярных изданий вместе с информационно-развлекательными еженедельниками о жизни знаменитостей, где также преобладает женская аудитория.

В-третьих, кардинально изменился образ женщины: хотя по-прежнему она воспринимается как жена, мать, хранительница очага, но теперь это в первую очередь *свободная, самостоятельная личность*, в СМИ тиражируется новая роль — *сексуальной партнерши*. Возникает и другое амплу современницы — *деловая женщина*, впоследствии это ипостась повлечет за собой появление **специализированных журналов для бизнес-леди** («Бизнес-Леди», Forbes Woman).

В-четвертых, особое место на страницах женских изданий заняла *проблематика психологической помощи женщине*, что выразилось сначала в росте количества публикаций на данную тему, вслед за этим — в появлении рубрик с советами психологов и, наконец, в создании **специализированных журналов по психологии**, где упор делается на женскую аудиторию. (Psychologies, «Психология и я»).

В-пятых, женская печать стала акцентировать внимание читательниц на *внешних стандартах красоты*, что привело к появлению **массовых узкоспециализированных изданий**, посвященных разным аспектам этой темы (здоровье, диеты, фитнес, уход за внешностью, макияж, косметика, стиль в одежде, аксессуары и проч.). Таким образом, наблюдается все большее углубление специализации женской периодики по содержанию, интересам и возрастным сегментам аудитории, соответственно, складываются

новые типы изданий: мода/красота, хобби (вязание, кройка и шитье, сад и огород, кулинария, йога и фитнес, эзотерика и проч.), профессиональные, для девушек, матерей и т.д.

В-шестых, как результат и одновременно причина вышеназванных тенденций произошло *усиление роли рекламы* в женских СМИ: появилось много продукции и сопутствующих товаров/услуг, целевой аудиторией которых является женское население. А вслед за ростом рекламных публикаций *повысилось качество печати и увеличилось количество иллюстративного материала* в журналах для женщин, особенно в «глянцевом» формате. В итоге коммерциализация женской периодики способствовала *трансформации композиционно-графических моделей* многих изданий.

На этой волне сложился тип **информационно-рекламного издания для женщин**, цель которого — представлять и продавать товары, в основном из области косметологии, макияжа и т.п. Некоторые из этих изданий представляют собой каталоги известных торговых сетей или косметических линий. Распространяются данные издания непосредственно в местах продаж или через консультантов.

Помимо сказанного, необходимо отметить, что сегодня на рынке СМИ складываются своеобразные подтипы «глянцевых» журналов для женской аудитории. Уверенно заняли свою нишу **издания гибридного типа**, объединяющие черты модных, «гламурных» журналов и изданий о жизни известных людей.

Например, позиционирующий себя как журнал о светской жизни Tatler (от англ. «болтун», «сплетник») (выпускает ИД Conde Nast) подчеркивает свою элитарность, публикует анонсы и репортажи со светских мероприятий, закрытых вечеринок; новости моды, кино, ночных клубов, ресторанов; фотографии коллекций моды последних сезонов, являясь, как обозначено в релизе для рекламодателей, проводником в мир высшего общества [17].

А журнал «Атмосфера» (выпускает ИД «Московский комсомолец» в сотрудничестве с французской компанией Aguesseau Communication), также представляя тренды модной индустрии и красоты, учит своих читателей «искусству красиво жить» на примере звездных героев. Особая концепция издания сформулирована в качестве девиза на обложке: «Неизвестная жизнь известных людей».

Одной из главных особенностей современного рынка СМИ становится возрастающая популярность **журналов muna lifestyle**: они создают определенную модель жизни, выступающую как некий эталон, к которому должны стремиться их читатели. Сюда можно отнести международные универсальные издания для женщин, журналы о моде, для девушек (Cosmopolitan, Glamour, Vogue, L'Officiel, Elle, InStyle и др.). «Как отмечают зарубежные и российские исследователи, эти журналы представляют собой значимый информационный источник и мощный инструмент формирования образцов поведения, которые затем получают распространение и воспроизводятся индивидами в повседневной жизни. В последнее время значительная часть исследований

(как на теоретическом, так и прикладном уровнях) направлена на изучение проблем, связанных с механизмами манипулирования аудиторией, применяемых журналами *lifestyle*, с внедрением в массовое сознание гедонистических стереотипов и сугубо потребительских моделей поведения» [18, с. 63].

Сегодня выделяется еще одна ветвь изданий «модного» направления — журналы типа *lifestyle* нового образца — издатели причисляют их к так называемому «**умному глянцу**». Они несут своей публике не просто информацию о модных тенденциях и соответствующий стиль жизни, а рисуют и отражают образ современницы — молодой, модной, независимой, интеллектуальной личности. Можно назвать два примера таких изданий: журналы *Numéro* и *SNC* — оба принадлежат ИД АСМГ.

Журнал *Numéro* — слияние моды и искусства. Был основан в 1999 г. в Париже, создательницей его стала Элизабет Дьян: «Мне было скучно читать все эти женские журналы, которые рассказывали, как соблазнить мужчину. Я захотела создать журнал для интеллектуальных, умных женщин, которые хотят узнавать новое о моде, дизайне, искусстве, музыке, а не читать про крема от морщин». В Россию журнал пришел в 2013 г. [19]. Сами издатели характеризуют *Numéro* как «журнал для инсайдеров модной индустрии: о зарождающихся трендах и героях, которых обсуждают. Журнал, говорящий о самых передовых явлениях моды и культуры, полон модных съемок и интервью с главными действующими лицами моды нового века, говорит о личностях со взглядом в будущее» [20].

Главный редактор журнала *SNC* Наталия Архангельская так писала о позиционировании своего издания: «*SNC* — единственный в стране умный глянец, не заискивающий перед читателями. Наша аудитория — молодые и любознательные жительницы больших городов, имеющие собственное мнение и способные рассуждать критично. Они не стесняются задавать неудобные вопросы, с одинаковым жаром обсуждают новенькую коллекцию молодого лондонского дизайнера, темных лошадок большого бизнеса и закулисье легендарных московских тусовок. Сделанный не по франшизе, без иностранных владельцев, *SNC* — самый гибкий, быстрый и живучий организм на современном рынке глянцевого СМИ» [21].

Оба журнала претендуют на уникальность, каждый, как обозначают издатели, является единственным в своем роде. Издания действительно выделяются в общем потоке «модных» журналов. Однако, в августе 2018 г. ИД АСМГ объявил о закрытии печатных версий, обе редакционные команды покинули издательство. *Numéro* планировал поменять журнальный формат на альбомный вариант, а *SNC* — продолжить свое существование в рамках сайта.

И все же уклон на сторону развлечений, преобладание материалов прикладного характера, продвижение внешних стандартов красоты в ущерб духовного развития — характерные черты современной женской периодики. Рекреативная направленность большинства женских изданий ведет к унифика-

ции и однообразию их содержания. На первое место по популярности выходят «глянцевые» журналы, задающие особые стандарты и формирующие стереотипы в системе ценностей современной женщины. И так же современно, как и 15 лет назад, звучит характеристика журнального «глянца» для женщин как «пособий, предназначенных для девочек, переживающих период взросления», данная О. Рогинской: «Женские журналы — это ворох разрозненных элементов, заимствованных из вышеперечисленных текстов в годовой цикл взрослой жизни. В качестве путеводителей по жизни они продуцируют инфантилизм как основу женского мироощущения. То, что должно быть получено однажды в детстве и стать основой для получения индивидуального опыта, началом жизненного пути, предполагающего осознанный выбор и принятие решений, в журнале растягивается на годовой и жизненный цикл, оказываясь мнимой заменой личного опыта. В результате (авто)биографический дискурс в «глянцевом» изводе теряет временное измерение (история жизни) и приобретает пространственное (обустройство себя и жизни вокруг). Время застывает в пространственной картине мира» [22].

Литература

1. Свитич Л. Г. Издания для женщин / Л. Г. Свитич // Типология периодической печати: учебное пособие для студентов вузов / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. — М., 2009. — С. 156–170.
2. Смеюха В. В. Особенности развития глянцевого женского журналов / В. В. Смеюха // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. — 2010. — № 1. — С. 209–214.
3. Ямпольская Р. М. Новое в системе изданий для женщин // Журналистика в 1991 г. — М., 1992; Ямпольская Р. М. Быть или не быть женской прессе // Журналистика в 1992 г. — М., 1993; Ямпольская Р. М. Тенденции развития типологической структуры женской прессы // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. — 1995. — № 6; Ямпольская Р. М. Женская пресса: Основные проблемно-тематические направления // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. — 1997. — № 4 и др.
4. Лу Мими. Женская печать: эволюция типологической структуры в условиях реформирования общества: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Лу Мими. — М., 1998; Жукова А. В. Женская пресса как фактор социализации личности: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. В. Жукова. — Санкт-Петербург, 1999; Боннер-Смеюха В. В. Отечественные женские журналы: историко-типологическое исследование: автореф. дис. ... канд. филол. наук / В. В. Боннер-Смеюха. — Ростов-на-Дону, 2001; Пленкина Е. А. Элитарный женский журнал: типологические и профильные особенности: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Пленкина. — М., 2004.
5. Смеюха В. В. Отечественные женские журналы. Историко-типологический аспект: монография. — Ростов-на-Дону, 2011; Смеюха В. В. Женские СМИ и новые медиа: учебное пособие / В. В. Смеюха. — Ростов-на-Дону, 2015.
6. Кондратьев М. Первый «модный журнал» основал мужчина... для мужчин / М. Кондратьев // Правда.Ру. — 27.06.2010. — Режим доступа: <https://www.pravda.ru/society/27-06-2010/1037765-magazine-o/> (дата обращения: 11.09.2018).
7. Смеюха В. В. Отечественные женские журналы. Историко-типологический аспект: монография / В. В. Смеюха. — Ростов-на-Дону, 2011

8. Журналы Н. И. Новикова 1770–1780-х годов // История русской журналистики XVIII–XIX веков / Под ред. А. В. Западова. — Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text3/03.htm#%D0%B7_11 (дата обращения: 11.09.2018).
9. Пирожкова Т. Ф. Журнал для «прекрасного пола» / Т. Ф. Пирожкова // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. — 1994. — № 6. — С. 27–36.
10. Смеюха В. В. Отечественные женские журналы: классификационно-типологический аспект (1779–2000 гг.) / В. В. Смеюха // Гуманитарные и социальные науки. — 2011. — № 5. — Режим доступа: <http://www.hses-online.ru/Actual.html> (дата обращения: 12.09.2018).
11. Коломийцева Е. Ю. Особенности развития женских журналов в России начала XX века / Е. Ю. Коломийцева // Журналистика в 2009 году: Трансформация систем СМИ в современном мире: Сборник матер. науч.-практ. конф. — Москва, 2010. — С. 164–165.
12. Смеюха В. В. Женские СМИ и новые медиа: учебное пособие / В. В. Смеюха. — Ростов-на-Дону, 2015.
13. Ямпольская Р. М. Тенденции развития типологической структуры женской прессы / Р. М. Ямпольская // Вестник МГУ: Серия 10. Журналистика. — 1995. — № 6. — С. 3–11.
14. Пленкина Е. А. Проблемы типологии женских изданий / Е. А. Пленкина // Relga.ru: Научно-культурологический журнал. — 2001. — № 22 [76]. — Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?searchPattern=%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%Bo&textid=524&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 20.09.2018).
15. Женщина в российском обществе. — Режим доступа: <https://womaninrussiansociety.ru/> (дата обращения: 27.09.2018).
16. Шостак М. И. Журналы в системе СМИ: типология и «ниши» изданий / М. И. Шостак // Типология периодической печати: учебное пособие для студентов вузов / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. — М., 2009. — С. 79–92.
17. Журнал Tatler // Информэкспресс: агентство рекламных технологий. — Режим доступа: <http://media.informexpress.ru/tatler/> (дата обращения: 28.09.2018).
18. Маевская А. Ю. Глянцевый журнал в условиях глобализации массмедиа (российская практика): дис. ... канд. фил. наук / А. Ю. Маевская. — СПб., 2015.
19. Numero // Википедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Num%C3%Agro> (дата обращения: 28.09.2018).
20. Numero // АСМГ. The New Media. — Режим доступа: <http://acmggroup.info/companies-brands/numero/> (дата обращения: 28.09.2018).
21. SNC // АСМГ. The New Media. — Режим доступа: <http://acmggroup.info/companies-brands/snc-magazine/> (дата обращения: 28.09.2018).
22. Рогинская О. «Глянцевое «я»: женские журналы и кризис автобиографизма / О. Рогинская // Журнальный зал. — Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/km/2004/1/rog14.html> (дата обращения: 27.09.2018).



Ольга Сусская **Люди без языка, или Жизнь в Королевстве кривых зеркал** (как уберечься от зомбирования)

Сегодня мы публикуем отрывки из книги Ольги Сусской, которая предпослала ей такое предисловие: «Вероятно, каждому из нас доступен некий дар предвидения. Эта книга была написана в апреле 2013 года. Задуманная как первая часть научно-популярной “трилогии”, включающей вопросы пользования языком и языковой политики как факторов общей культуры, книга “Люди без языка...” предупреждает от ошибок (не только языковых) и предлагает вполне возможные выходы на более высокий уровень коммуникационной культуры.

Медиадискурс является такой же сферой функционирования речи, как и любая другая ситуация человеческого общения. Однако ошибки, тиражируемые средствами массовой информации, опасны именно масштабами своего распространения. Излишне активное и неоправданное использование иноязычной лексики (особенно англицизмов), не освоенных языком заимствований, компьютерного сленга замедляют поступательное развитие языка, освоение им новых сфер функционирования.

Особо психологически важной стала коммуникативная компетентность как совокупность знаний, умений и навыков, необходимых для установления и поддержания контактов между людьми.

Все подобные навыки необходимы для активной коммуникации с помощью языка везде: на телеканалах, в радиоэфире, в деловых переговорах и дружеском общении».

*Когда люди безмолвны,
остается работать только
безусловным рефлексам.
Чарльз Дарвин*

Много, много лет тому назад ученикам в школах преподавали «дикцию», или умение правильно произносить буквы, слоги и целые слова, а затем — предложения-фразы. Теперь подобные уроки можно встретить лишь в театральных вузах, где преподается сценическая речь.

Что же происходит сегодня там, где речь не сценическая, а повседневная или разговорная. Как говорят филологи, стили языка и устной речи «смешались», и на этот раз, кажется, бесповоротно. Но чем же чревато это «смешение»? Что теряем и что приобретаем мы, теряя грамотность письменной

Об авторе: Сусская Ольга Александровна, доцент кафедры связей с общественностью кафедры связей с общественностью факультета социальных наук и социальных технологий Национального университета «Киево-Могилянская Академия».

и культуру (правильность, логику изложения и образную яркость) устной речи? Куда ушли приемы, ранее знакомые каждому школьнику?

Ответы на эти вопросы куда более просты, нежели последствия тех «осложнений», которые они называют. Ушли все эти «приемы» в PR и теперь возвращаются к нам в виде «откровений» рекламы, зомбирующих лозунгов во время электоральных (предвыборных) кампаний, обидных последствий «лохотрона» и элементарной дезориентации в простых вещах, которые вместо ожидаемых нужных предметов вдруг оказываются «девайсами» виртуального Зазеркалья.

Бросай трепаться, иди за нами!

Большинство современных собеседников мечтают общаться «не вставая с кресла» — их мечту успешно воплотили Билл Гейтс и Стивен Пол Джобс. Стали ли последние в связи с этим счастливее (богаче — точно)? А что касается первых — здоровья у них не прибавилось, эмоционального разнообразия в жизни — тоже. Чем же тогда так привлекательно online-общение?

Приобретение вещи через Интернет уже не является чем-то удивительным даже в наших краях. Почта теряет своих адресатов, все чаще обращающихся к @-услугам, постепенно «переползающих» в компьютерные сети, где электронные почтовые ящики, пользование e-mail становятся обычным средством связи, информационного обмена между людьми, переписки между организациями и прочее. Скоро, как считают поборники Интернета, мы лишимся печатной прессы — газет и журналов, «отключимся» от телевидения и радио и полностью доверим все свои информационные, досуговые и прочие нужды Интернету... Так ли?

По мнению современного культового исследователя интернет-сетей и их аудиторий Говарда Рейнгольда, многосторонние информационные среды наделяют того, кого мы ранее называли лишь потребителем, властью, которой никогда не обладали средства массовой коммуникации, а именно: властью создавать, обнародовать и обсуждать свои различные (в том числе свои собственные) точки зрения. Аудиторией печати, радио и телевидения были в основном пассивные потребители, напротив — аудиторией Интернета стали активные пользователи — сами себе хозяева (с виду). Однако и они могут захлебнуться в «информационном мусоре», если слишком многие иждивенцы станут пользоваться открывшимся всем

доступом к вниманию окружающих. Так, в книге «Умная толпа: новая социальная революция» Г. Рейнгольд приводит пример, «когда на пользователей услуги i-mode обрушился вал мобильного спама, отправлявшегося на их телефоны автоматическими номеронабирателями, оператору DoCoMo для возмещения убытков пришлось выплатить огромную сумму в 217 млн. долларов» [25, с. 277].

В начале XXI в., когда на всемирных саммитах уже обсуждались проекты перехода к информационным обществам знаний, существующих благодаря (и с помощью) компьютерной техники, Элвин Тоффлер (известный футуролог, автор переведенных у нас книг «Третья волна» и «Футушок») вместе со своей женой Хейди Тоффлер издает новую книгу «Революционное богатство. Как оно будет создано и как оно изменит нашу жизнь». В этой книге явно ведется полемика с М. Маклюэном, одним из предвестников и идеологов информационного общества, назвавшего его «глобальной деревней» еще в знаменитой «Галактике Гутенберга» [19]. Перенос акцента с телевизионных технологий на компьютерные сам по себе не настолько обогащает наше знание о предстоящем переходе на новый виток технологий, сколько позиции «продюсера и консьюмера», представленные Маклюэном как дихотомия, которые обретают у Тоффлера новый вид — «экономики потребления» — своеобразного проекта, где «мы, индивиды или группы, одновременно ПРОизводим и ПОТРЕБляем наш продукт, т. к. протребляем» [40, с. 223].

Если для современной модели коммуникации более близка *коммерциализация*, нежели *гуманизация* (т. е. существование для человека, его информационных и познавательных потребностей, обеспечения связи и коммуникативного взаимодействия с группами и индивидами во всех достижимых уголках земного шара), то мы скоро продвинемся весьма быстро к рубежу умирания не только «старых» (традиционных) медиа, но и вообще к отрицанию потребности общаться с помощью ЯЗЫКА, передавая или транслируя важные, на наш взгляд, мысли, идеи, рассуждения о жизни и о культуре. Все более расширяющееся поглощение, приватизация и перекраивание прессы (и в целом журналистики) индустрией развлечений происходит повсеместно; укрупнение собственности, «ширящийся захват Интернета торговцами, низведение журналистики до примитивного уровня компаниями индустрии развлечений, владеющих ныне сетями вещания и газетами» [25, с. 276–277] — это все будто бы списано из давно прочитанной книги или просто дежавю. Традиционные массмедиа утрачивают ранее присущие им функции и все больше превращаются из информационно-развивающих в «дезинформационно-развлекательные» (высказывание Г. Рейнгольда).

Когда читаешь современного апологета «конца света» для традиционных (особенно печатных) медиа Андрея Мирошниченко, прямо слеза наворачивается, так он настойчиво «отпевает» прессовые издания в своей брошюре «Когда умрут газеты» [20]. А ведь он же является автором и куда более вневременных

книг: «Толкование речи: лингвopsихологический анализ» (1995) и «Public relations как согласование интересов» (1998). Видимо, и на самих журналистов, и на близкие к ним сферы действительно влияет ряд депрессивных прогнозов. Но на наш взгляд, традиционные медиа как раз и останутся собственно средствами массовой коммуникации, а вот для Интернета однозначно ничего пока спрогнозировать нельзя. Все будет зависеть здесь не от количества информации и ее пользователей, а от того уровня СМЫСЛА, который будет транслироваться через Интернет. С этим соглашается даже такой «убежденный противник», как сам А. Мирошниченко, который пишет: «Теоретически в Интернете могли бы возникнуть свои точки сборки смыслов, каковыми некогда стали старые СМИ. Можно предположить созревание каких-то всеобщих интернет-майданов и толковищ, получивших признание и санкцию на отсев лишнего и производство ориентиров» [20, с. 50]. (Отдельное спасибо автору за использование сразу двух украинизмов в одном предложении, а то мы уже отвыкли от близкородственной интерференции языков — русского и украинского, все норовим англицизмами да американизмами побаловать публику.)

Можем ли мы стать похожими на американцев?

Исходя из того количества иноязычных слов (преимущественно англицизмов) или просто жаргонизмов англо-американского происхождения, которыми мы все чаще и чаще пользуемся ежедневно, в собственном воображении мы можем считать себя «англо-американцами» в любой момент произнесения подобного слова — если нам от этого станет легче. Но, судя по всему, легче нам не становится, а свой язык мы теряем. Да, да — теряем. И скрывать это, по крайней мере сегодня, уже бессмысленно.

Данными о злоупотреблении словами иноязычного происхождения (актуальной проблемой для каждого языка) традиционно занимались филологи. Особенно активно велись обсуждения и споры о необходимости и «оптимальности» использования терминологии (в том числе иноязычной) в последнюю четверть XX в., когда слова «журналистское мастерство» воспринимались еще как непреложное руководство к действию, а понятие «телекритика» существовало как целое направление, а не только как медийный бренд (название конкретного журнала, имеющего сайт и сокращенную электронную версию). Необходимые аксессуары профессионала-телекритика тех времен: знание специфики медиа, о котором он пишет; имя, известное в этой области, авторитет и увлеченность своим предметом творчества. Тогдашнему отношению к критике (и в целом к журналистике как творчеству) можно только позавидовать: «...авторитет телекритика тоже принадлежит телевидению в качестве полезнейшего и незаменимого достояния. Другое дело, разумно ли и достаточно пользуется этим достоянием само телевидение», — писал Александр Аронов, представитель известной телевизионной династии [2, с. 30].

К сожалению, можно констатировать, что публицистика и телевизионная журналистика вообще становятся в последнее время полем «напыла» непрофессионалов. Понимание того, что даже полученный в вузе диплом о высшем образовании еще не свидетельствует о высшем уровне профессионализма, приходит не сразу. А ведь понимание журналистом своей роли формирует не только его позицию, но и во многом позиции его аудитории: «Как правило, решающую роль при оформлении новостей играет понимание журналистом своей роли, а не его политические убеждения. Новостийный журналист считает себя нейтральным посредником, комментатор — (объясняющим) просветителем, автор передовицы — лидером мнений, который хочет влиять на читателей в принятии ими тех или иных решений» [23, с. 244].

Далеко не всегда мы отдаем себе отчет и в огромном значении количества и качества произносимого нами текста, а уж если этот текст произносят современные журналисты... Часто ли среди них встречаются те, кто полностью ощущает свою принадлежность к профессии журналиста и собирается в ней оставаться всю жизнь? Много ли среди них таких, как всемирно известный радиодиктор Юрий Левитан (его голос стал знаковым не только в сводках Совинформбюро во время Великой Отечественной войны, но и в мирное время), который сочетал в себе авторитет «информационщика» и артистизм чтеца. Известен факт его биографии: в 1936 г. Юрий Левитан ушел с четвертого курса электротехнического института и поступил на первый курс актерской школы при театре им. Е. Вахтангова в Москве. Прочувшись там четыре года, как он сам пишет, «без отрыва от производства», участвовал в эпизодах вахтанговских спектаклей, в массовках, как и все студенты. «Я не планировал стать актером, но учеба в театральной школе мне, конечно, во многом помогла повысить квалификацию диктора» [16, с. 67].

Через несколько десятков лет, будучи уже корифеем дикторского искусства и мэтром отечественного радиовещания, Ю. Левитан напишет, обращаясь к начинающим дикторам: «Диктор — это человек, который владеет всеми тайнами чтецкого мастерства и применяет это мастерство для воплощения публицистического, информационного материала. ...Наша задача — раскрыть мысль, вывить свое отношение к данному материалу, конечно, в спокойных тонах, с достоинством и партнерством, без дидактики и назойливых интонаций, но эмоционально и в то же время сдержанно» [Там же, с. 81].

В современном массмедийном мире присутствует еще один корифей радиовещания — Ларри Кинг. Мы можем даже не спрашивать, кто из приведенных двух великих (не побоюсь этого слова) профессионалов радиоискусства более известен сегодняшнему молодому поколению... Но все же приведем слова Ларри Кинга, адресованные молодым журналистам: «Помимо языковых штампов, наш век быстродействующих средств массовой коммуникации порождает непрерывные эпидемии модных слов и фраз. ...Иногда

в нашу речь прокрадываются слова и звуки, которые ничего не прибавляют к тому, что мы хотим донести до собеседника. Где бы вы ни находились — на коктейле, в курилке или в телестудии — ваша речь будет оригинальнее и доходчивее, если вы сведете к минимуму употребление таких скороспелых словечек и прочих модных штампов» [14, с. 83–84].

Прибавляет ли нам схожести с американцами и прочими англоязычными «пользователями» соцсетей частое употребление восклицания «Wow!»? Видимо, точно так же, как мало сближает неправильное употребление слова like в навязанном компьютерными сетями жаргоне, где уже «лайкают» индивидуально и массово; в то же время значение его (как поясняет в своей книге Ларри Кинг) — «еще одна “пустышка”, которая распространилась с шестидесятых со скоростью лесного пожара и не оставляет нас до сих пор, это like («вроде бы»)). В те времена люди смеялись над теми, кто каждое предложение начинал с like, you know («да вроде бы»)... О чем бы вы ни говорили, постарайтесь убрать из своей речи подобные ничего не значащие слова» [14, с. 86]. Не правда ли, стоит прислушаться к Ларри Кингу и задуматься о значении того, что мы делаем, прежде чем механически «лайкать», отвечая чаще всего чисто рефлекторно на призыв компьютерного «маркера»?

Интернет принес нам новые увлечения и среди них незаметно «наградил» нас кучей свежеспеченных псевдотерминов и выражений, аналогичных вышеупомянутому like (от него уже произошли *залайкать* — «одобрить» или *не залайкать* — «не одобрить», что по-английски (см. выше) означает совсем другое): *гаджетирование*, *гаджетомания* — обеспечение себя гаджетами, т. е. дополнительными устройствами (вроде планшетов, смартфонов, «Google-глассес» и т. п., которые и являются, собственно, гаджетами); *гугление*, *рамблерение*, *яндексование* — отглагольные существительные, образованные соответственно от глаголов: *гуглить*, *рамблерить*, *яндексовать* и т. д., что означает — пребывать в информационной среде того ли иного сетевого портала (интернет-ресурса) или пользоваться им.

«Интернет порождает неравенство и благоприятствует экономике звезд», — эта мысль исследователя и критика современных медиа Норберта Больца [6, с. 106], высказанная в книге «Азбука медиа», предшествовала распространению популярности тренда «экономика впечатлений» в современном пиаре и медиапродвижении брендов. «Звездность» всегда привлекала деньги, вспомним лица звезд Голливуда на страницах глянца и их вклад в экономику (в частности, в развитие многих брендов, особенно в сфере моды и косметики); понятие «лицо фирмы» давно вошло в обиход пиарщиков не только в Америке, но и во всем мире. Немногие смогли отказаться от своей кинокарьеры во имя более высоких, с их точки зрения, смыслов (например, Грейс Келли, отказавшаяся от продолжения кинокарьеры ради мужа — правителя княжества Монако), в то же время некоторые, например Деми Мур, активно искали пути вхождения в бизнес.

Используя привычные для мира западного бизнеса и западного образа жизни выражения и заменяя слова родных языков словами, приближающими (как нам кажется) к «их» миру, мы однако не в силах чаще всего ничего изменить в своей реальной жизни. Что же удерживает нас возле экрана компьютера или телевизора, зазывает в кинотеатры посмотреть западное кино, извлекает из нашего кармана деньги для приобретения товаров западного производства? Иллюзий «стать, как они» практически уже нет, есть другое: неуверенность в завтрашнем дне и желание

быть похожими на тех, у кого (как нам кажется) эта уверенность есть.

Посмотрим, что отвечали жители Украины на достаточно животрепещущие вопросы, продолжающие оставаться острыми на протяжении почти тридцати лет; первый вопрос (1990 г.) — из опроса, проведенного автором в составе социологической службы Института политологии и социального управления, второй вопрос был включен в анкету всеукраинского мониторинга Института социологии НАН Украины (данные 2009 г.) [35, с. 77]:

Вопрос: «Думая о завтрашнем дне, на кого Вы рассчитываете?»	1990 г.	Вопрос: «Что сегодня объединяет людей в украинском обществе?»	2009 г.
На государство	21,0%	Неудовлетворенность властями	40,6%
На собственные силы	55,25%	Общие трудности жизни	37,7%
На развитие предпринимательства	3,17%	Семейные и дружеские чувства	35,2%
На помощь Украине из-за рубежа	1,83%	Ощущение утраты нормальной жизни	32,3%
Ни на что уже не рассчитываю	12,33%	Вера в лучшее будущее	31,2%
Трудно ответить	6,42%	Страх перед будущим	30,4%
		Общая территория	20,6%

Как видим, уровень ответов демонстрирует реальную степень «приспособления» к сложностям текущей жизненной ситуации, что все еще весьма далеко от того уровня социального оптимизма, которым (по мнению его идеологов) должно обладать современное *информационное общество*. Действительно, стоит задуматься, является ли сегодня «информационное отчуждение» обратной стороной информационной «включенности»? Ведь и первое, и второе предполагает создание информационного поля личности как особой сферы, отражающей интересы, ценностные ориентации, информационные (причем все чаще — справочные или образовательные) потребности личности [33].

Слагаемые смысла

Продолжает ли сегодня основной содержательной доминантой создания *информационного поля личности* быть смысловое различие и, что намного выше — смыслополагание? На эти — далеко не риторические — вопросы помогает ответить социологическая информация, а также результаты психолингвистических и социолингвистических исследований, разворачивающихся перед журналистами широкий горизонт анализа и интерпретации научных данных. В связи с этим интерес представляет сам факт дискуссии о необходимости продолжать (убеждение социологов) исследования о наличии интеллектуального права современной профессиональной социологии отчетливо и масштабно изучать всю гамму *смысловых проблем*, присутствующих в массмедийном информационном пространстве. Особенно рельефно просту-

пает это на фоне, как пишет А. Яковенко, «массовой бессмысленности глобального общества в условиях провозглашения «торжества» осмысленной жизни. ...Ведь очевидно — вопросы счастья, аномии, самоубийств, девиации, в целом общественного развития и т. п. теснейшим образом связаны со смысловым полем, если не вытекают из него» [47, с. 123].

В жизни каждому предмету и явлению человек приписывает определенные функции, дает оценку, однако не всегда стремится высказать эту оценку столь же определенно. Не следует буквально понимать выражения типа «я, конечно, не знаю...» Тот, кто так говорит, как правило, очень хорошо знает, каково его мнение, но опасается, что его правота не будет признана, и стремится заранее себя обезопасить. Для этого может быть использовано и сослагательное наклонение: «Я бы... если бы...» В нем так и слышится: «Если оценка, несмотря на мои ожидания, окажется неверной, я тем не менее не потеряю самоуважения».

Стремление к самозащите скрывается и за такими, казалось бы, категоричными словами-вставками, как «точно», «наверняка», «безусловно», «разумеется»: «Разумеется, я обо всем позабочусь»; «Конечно, я тут же встал и вышел». Прислушавшись к таким утверждениям, любой собеседник поймет, что вовсе не само собой разумеется, что Некто действительно обо всем позаботится и что не было никакой естественной необходимости демонстративно удаляться. Эти вызывающие сомнения шаги просто нуждаются в словесном подкреплении. Тот, кто хотел бы смягчить собственные и чужие сомнения, нередко прибегает к категоричным «наверняка», «точно», «несомнен-

но». Частое повторение этих слов не должно вводить в заблуждение. Скорее всего, «наверняка» означает «очень желательно», но вовсе не «обязательно». Допущение таких значений намного выше у людей, неуверенных в себе, рассеянных, привыкших подчиняться, а не проявлять инициативу.

Смысловые порядки и интерпретации медиаконтента всегда были в фокусе исследовательского внимания. С точки зрения социолингвистики и социологии массовых коммуникаций очевидным является и то, что социальное самочувствие людей тесно связано с их интеллектуально-смысловыми запросами и ценностными ориентациями. Так, во время проведения пяти

«волн» широкомасштабного социологического исследования, в котором приняли участие респонденты из 24 стран Европы, было установлено, что смыслополагание в области осознания и ощущения счастья (ответы на вопрос «Насколько Вы счастливы?»), тесно связано с уровнем удовлетворенности личности и базируется «на трех китах»: удовлетворенности жизнью в целом, удовлетворенности состоянием экономики и тем, как работает демократия в стране. Ниже приведены результаты «Европейского социального исследования» [9, с. 64], выбранные по всем пяти волнам исследования для трех стран: Болгарии, России и Украины.

Динамика уровня удовлетворенности (ответы на вопрос: «Насколько Вы счастливы, удовлетворены ли состоянием экономики и тем, как работает демократия в стране?»)

Год*	Жизнью в целом (насколько счастливы)			Состоянием экономики			Тем, как работает демократия в стране		
	Украина	Россия	Болгария	Украина	Россия	Болгария	Украина	Россия	Болгария
2005	5,56	–	–	3,13	–	–	4,31	–	–
2007	5,75	6,01	5,37	2,27	3,55	2,69	3,22	3,58	2,69
2009	5,61	6,19	5,43	1,50	3,53	3,14	2,52	3,94	2,43
2011	5,86	6,29	5,66	2,28	3,66	2,43	3,17	3,85	3,14
2013	6,21	6,29	5,41	2,71	3,75	1,96	3,33	3,82	3,10

*Результаты Европейского социального исследования, 2005–2013 гг.
(средний балл: 0 — «совсем не удовлетворен(а)», 10 — «полностью удовлетворен(а)»)

Как видим из таблицы, в годы социальных напряжений повышается требовательность и чувство единения и снижается количество лиц, которых это «не интересует». Потенциал таких настроений, безусловно, регулируют не только (и не столько) сами события, сколько отображение последних в материалах СМИ.

Вторжение в нашу жизнь интернет-технологий, обеспечивших глобальные возможности информационного обмена, стало знаковым для эпохи, но не для

привычек аудитории. Большинство населения (судя по результатам опроса в 24 европейских странах) эти привычки сохраняют, и особенно ярко это видно по затратам времени на просмотр телепередач, о чем свидетельствуют данные уже упомянутого выше социологического исследования [9, с. 55–56].

«Сколько всего времени Вы проводите возле телевизора в обычный будний день?» (Международный сравнительный проект «Европейское социальное исследование»; данные за 2013 г.).

Просмотр ТВ	Россия	Германия	Украина	Бельгия	Болгария	Великобритания	Эстония	Кипр	Нидерланды
Совсем не делаю этого	4,4	4,7	4,9	3,8	3,1	3,7	4,6	2,0	2,7
Меньше получаса	4,5	7,9	7,8	5,9	1,6	3,4	5,8	4,4	6,2
От получаса до одного часа	8,4	15,8	13,4	14,7	5,0	8,9	12,3	10,7	14,0

От одного до полутора часов	11,6	14,1	13,6	16,3	7,5	10,8	11,9	10,0	14,5
От полутора до двух часов	16,2	18,2	17,2	15,8	12,2	12,5	16,6	17,7	15,2
От двух до двух с половиной часов	12,5	13,1	13,1	15,2	11,3	13,5	14,3	12,1	13,4
От двух с половиной до трех часов	11,6	13,4	13,2	9,3	16,4	15,5	12,7	12,8	11,6
Сверх трех часов	23,8	12,7	15,3	18,9	42,2	31,7	21,6	30,1	22,3

Источник: Головаха Е. И. Тенденции социальных изменений на Украине и в Европе: по результатам «Европейского социального исследования». 2005–2007–2009–2011–2013 / Е. И. Головаха, А. П. Горбачик. — Киев: Институт социологии НАН Украины, 2014

Вышеупомянутые «привычки» и «склонности» аудитории СМИ можно пояснить тем, что дело здесь не столько в формах и приемах (технике) коммуникации (и даже не в языке общения), сколько в смысловом наполнении. Все эти вопросы весьма полно и разнопланово были представлены в теоретических и методологических научных разработках эпохи советской журналистики. Здесь необходимо вспомнить имена и работы Я. Засурского, Г. Кузнецова, З. Копыловой, С. Корконосенко, С. Муратова, Е. Прохорова, Л. Свитич, Л. Федотовой, И. Фомичевой, А. Юровского и др. В то же время, как подчеркивает И. Д. Фомичева в «Социологии СМИ», налицо расширение областей практической деятельности, имеющих дело с разными **видами коммуникаций** и ждущих от теоретиков «подсказок» для оптимизации использования коммуникативных средств (реклама, менеджмент, маркетинг, политтехнологии, связи с общественностью) [42]; при этом остается важным и развитие отдельных сфер прикладных исследований (например, медиаметрии), частично пересекающихся с социологическими исследованиями.

Следует помнить, что лишь люди интеллектуально ограниченные обходятся минимальным запасом слов, заполняя неизбежные пустоты в речи (ведь подыскать нужное слово для них затруднительно) междометиями и словами-«паразитами»: «ну, это...», «короче», «значит», «как его...» и т. д. К тому же, будучи записанными, их высказывания не требуют никаких знаков препинания, кроме точек: ведь предложения у них простые и односложные. Умение построить развернутое высказывание из сложносочиненных, сложноподчиненных предложений с использованием причастных и деепричастных оборотов — это показатель довольно высокого интеллекта. Об этом свидетельствуют и психология общения, и психолингвистика. Казалось бы, о том же должна «свидетельствовать» насыщенность речи современными научными и публицистическими терминами. Увы, за такой манерой нередко скрывается ограниченность мысли. Тем более что многие термины и понятия

(особенно компьютерный сленг) употребляются бездумно и безграмотно.

Часто с телеэкрана можно услышать либо найти на газетной полосе высказывания (так называемые устойчивые выражения о «наиболее оптимальных условиях», «ортодоксальных революционерах» и «крайних экстремистах» и т. п.), которые захламляют нашу речь, затрудняют восприятие текста. Человек, уверенный в том, что он по-настоящему образованный и культурный, не склонен излишне усложнять свою речь и портить ее иноязычным «сором». Непременным качеством грамотной, риторически правильно выстроенной речи является такой ее индикатор, как степень (эффект) воздействия на адресата сообщения. Известный современный исследователь риторики И. В. Анненкова подчеркивает, что «риторически грамотная речь никогда и никого не оставит равнодушным — она пробудит ум и чувства, ratio и intuition, склонит слушателя сначала прислушаться... а затем заставит всей душой принять ту картину мира, которую предложит говорящий. Такая речь способна не только побудить к согласию, но и подвигнуть людей на активные действия, а иногда и заставит полностью изменить образ жизни и мировосприятие» [1, с. 35].

Ощущение времени

Время стало течь быстрее, река времени... Говоря это, мы прекрасно отдаем себе отчет, что время «тикает» точно так же, как и раньше, просто мы в него стали укладывать намного больше — информации, действий, сжимать расстояния, «перепрыгивать» часовые пояса и т. д. и т. п.

Писатели XIX в. выдавали в среднем по одному произведению в год. Знаменитые живописцы трагично на свои полотна до 9–10 лет (а иногда и более). В современном мире подобный срок равносителен вечности.

В современном мире понятия постоянства и стабильности (особенно экономической) извращены настолько, что предприятие, продержавшееся на рынке хотя бы пять лет, уже считается «старожилом». А проекты — свертываются как расстояния меж звездами в фантастических романах, и... реализуются за один день.

Для журналистов время всегда было управляемым. Однако за последние годы его уплотнение за счет компьютеризации вознеслось до таких высот, что иногда журналист уже не видит себя в этом потоке, или точнее — вихре информационных потоков.

О восприятии времени особенно часто упоминают, а также исследуют его изменения — психологи. Именно психология дает нам ответы на некоторые, привязанные ко времени привычки и объясняет поведение индивидов в условиях смены биоритмов, а точнее — их диссонанса. В последние десятилетия появилось много тренингов по тайм-менеджменту, попыток наработки практических и научно обоснованных рекомендаций по организации жизненного пространства личности, в частности ее временного пространства. Неудивительно, что эта тема вызывает большое внимание и приобретает популярность именно в наше время, когда уплотняются временные интервалы выполнения профессиональной и учебной деятельности. Журналистам зачастую некогда тратить время на совершенствование творческого мастерства, их внимание все больше поглощают

процессы интенсификации использования рабочего и свободного времени.

Пространственные ориентации личности расширяются за счет усиления ее контактов с информационной средой — эта аксиома очевидна. Задумываются ли современные журналисты (пребывающие online или offline — в Сети и вне Сети) о том, что они вторгаются в сферу распределения и перераспределения временных ресурсов, в общем-то им не принадлежащих. Ранее, создавая «умное, доброе вечное», прессовая журналистика, книгоиздание и другие формы фиксации «вечного» не рассчитывали на «отбирание» времени насильно или по принуждению, ибо газету или книгу читатель брал в руки и вникал в нее сугубо добровольно.

Как ни удивительно, сейчас, когда освоение возможностей пользования интернет-технологиями, хоть и требующее специальных навыков, стало повсеместным, во многих странах наблюдается эффект расширения масштабов обращения к традиционным СМИ и медиaproстранству в целом.

Ответы на вопрос: «Как часто в течение недели вы смотрите телевизионные программы (неважно, через какие устройства и какой канал)?» (в % от групп)

Вариант ответа	Население в целом	18–30 лет	31–45 лет	46–60 лет	Старше 60 лет
Практически каждый день	67	43	63	79	89
3–5 дней в неделю	12	15	12	11	8
1–2 дня в неделю	11	21	13	6	2
Реже чем раз в неделю	3	8	4	1	<1
Я не смотрю телевизионные программы	5	11	7	2	1
У меня нет телевизора	1	2	1	0	<1

Источник: «ФОМнибус», январь 2017 г. [Телевидение в России... Доклад, 2017, с. 22]

Естественно, что остаются приверженцами телевидения, как наиболее популярного из традиционных медиа, возрастные группы (46–60 лет и 60+), что фиксируют социологические исследования [39, с. 22].

Все вышеперечисленное делает вопрос организации временного пространства личности актуальным, а для определенных категорий работающих (в том числе в журналистике и PR) и самым важным. От умения ориентироваться и использовать временное пространство наиболее интенсивно часто зависит не только успешность личности в ее основной деятельности (будь то работа, учеба), от этих умений часто зависит и само пребывание на определенной должности, возможность получить новую профессию и др.

Состояние возбуждения или тревоги, в которое впадает человек, не успевший «чего-то важного», или психическое состояние раздражения и растерянности в результате неоправдавшихся ожиданий

чаще всего являются производными от ощущения времени, причем лишь настолько, насколько оно (ощущение времени) нас беспокоит: ведь на самом деле оно представляется нам невидимым и, в общем-то, неощутимым(!).

Уверенность — это тоже психическое состояние; одновременно это способ, который может превратить даже поражение в победу. Умение оперировать временем сродни таланту полководца, охватывающего деятельность войск в целом, но не упускающего детали. Глубокое понимание и внимание к содержанию психических состояний, вызванных ощущением времени, и владение ими обеспечивает успех в работе в любых сферах. Многим известно такое явление, как *внутренняя паника*, и причина ее также известна: желание везде успеть, иногда не имея для этого реального ресурса времени... Желающим преодолеть этот «букет» психических состояний (т.к. панику сопровождают

страх, неуверенность, опасения, предубеждения, преувеличения опасностей и т. д.) необходимо усвоить достаточно простую истину: **преобладание своих достоинств можно показать убедительно только тогда, когда демонстрируешь их** НЕ СПЕША.

Одним из таких достоинств можно уже считать понимание этой разницы и то, что она помогает выделить психические состояния из системы психических явлений с наименьшими потерями, лишь перебросив «фокус внимания» на ВЕКТОР ВРЕМЕНИ. Подчеркнув тем самым, что они представляют собой нечто целое и характеризуют своеобразие психической деятельности человека **на определенном отрезке времени**. Таким образом, они, с одной стороны, демонстрируют связь с психическими процессами (мышлением, восприятием, представлением и др.), но в отличие от них разворачиваются во времени более целостно и компактно; с другой стороны — показывают их связь с психическими свойствами личности и особенностями **восприятия времени**.

Среди исследований, проведенных автором за последние годы и посвященных субъектному «управлению временем», были и наблюдения за поведением отдельных групп, во время которого пытались установить, существуют ли определенные закономерности в формировании отношений личности с временным пространством, возможно ли достичь умения или хотя бы частично «нейтрализовать» неумение ориентироваться в нем с оптимальными результатами.

«Оптимизировать время» — это выражение приходится слышать довольно часто, и довольно часто оно не вызывает ничего, кроме улыбки. Кто же, все-таки руководит временем — Мы или Оно руководит нами?

Отдельные типы поведения по управлению собственным временным пространством и так называемыми отношениями со временем, опираясь на результаты нашего исследования, можно было бы разграничить следующим образом: наиболее уязвимыми (по степени неумения управлять временем), но и в то же время минимально травмированными от этого психологически оказалась группа так называемых *сонь*, которые, находясь в любимом ими сонливом состоянии, приучили себя *не замечать течения времени, не задумываться* над потерями времени: поскольку этот показатель является для них не слишком существенным. Вторая группа — «интенсификаторы» времени, которые пытаются вложить в меньший промежуток времени как можно больше реально предпринятых действий и не задумываются при этом, что это может иметь определенные последствия для их характера, развития способностей и личностного роста в целом. В этой группе выше показатели понимания социального долга, профессионализма, требовательного отношения к качеству сделанного, к умению достигать желаемого результата. Третья группа наиболее «заражена» перфекционизмом, т. е. здесь «сконцентрировались» желающие быть лучшими во всем и превыше всего ставящие достижение иногда им лишь одним известных высот. Они

готовы для этого преодолеть любые обстоятельства, время, условия жизни и работы, совершать *нечто на грани* своих собственных физических и психических возможностей. Именно последняя группа считает необходимым координировать свои действия таким образом, чтобы «обгонять время», то есть делать все слишком быстро, ускорять и опережать естественный ход событий, где результат «превыше всего» и должен *быть достигнут* в наиболее короткие сроки.

Рассмотрим, каких успехов (по результатам опросов, проведенных нами во время психологического консультирования) добились представители упомянутых выше трех групп. С точки зрения показателя, который можно условно назвать показателем внутреннего комфорта, наиболее уравновешенно и комфортно чувствуют себя в жизни и в своих взаимоотношениях со временем, как ни странно, «сонь». Им свойственно чувство так называемого целевого абсентизма, то есть отсутствия там и тогда, когда это нарушает их внутреннюю гармонию и целостность собственноручно выстроенного временного пространства, где нет необходимости «сжимать время» или напрягаться для осуществления определенной деятельности в почти экстремальных условиях. В последнем случае они просто отказываются от действий, требующих напряжения и интенсификации, считая их не оптимально спланированными (т. е. временные рамки их не устраивают априори), а что-либо изменить ценой затраты лишних усилий и «уплотняя» время они просто не хотят.

Следовательно, сохранять внутренний психологический комфорт эта группа умеет лучше, и, при определенных жизненных условиях и определенном опыте (выбор профессии, не связанной с преодолением быстротечности времени и необходимостью организовывать свое временное пространство и т. д.), персоны такого склада могут достичь достаточных успехов. Среди индивидуально-психологических черт данной группы, как отмечали исследователи темперамента и свойств личности П. В. Симонов и П. М. Ершов [28, с. 31–33], в данной группе можно отметить преобладающую интровертность, флегматичность, психологическую устойчивость и, несмотря на внешний иррационализм, достаточную уверенность в завтрашнем дне и так называемое здоровое безразличие к внешним изменениям в обществе. Именно среди представителей этой группы большинство тех, кто не участвует в выборах («Все равно это ни на что повлиять не может») и выбирает варианты действий, которые социологи относят к так называемому социальному эскейпизму, то есть сознательному избеганию присутствия там, где, на их взгляд, от них ничего не зависит. Это некая асоциальность, основанная на низком уровне социального оптимизма, но без негативного влияния на собственную самоуверенность и уровень самоактуализации.

Одним из важнейших показателей во взаимоотношениях человека со временем является *динамика* его психических состояний, она складывается из становления, возникновения какого-либо психического состояния, его течения, кульми-

нации и спада, и, наконец, исчезновения. Протекание этих этапов зависит от динамичности нервной системы индивида и ее типа (по И. Павлову), а степень динамичности, в свою очередь, обуславливает различный характер протекания и переживания психических состояний у разных людей. Основными характеристиками динамики можно признать периодичность проявления тех или иных состояний, цикличность, повторяемость психологического состояния, в том числе в связи с определенными биоритмами человека. В нашем исследовании динамика психических состояний наиболее высока у следующей группы, которую мы условно назвали «интенсификаторами».

«Интенсификаторы» относятся к той категории людей, «на которых мир держится»: здесь преобладает *ratio* и высокий уровень личностных притязаний. Большинство из них с удовольствием принимают участие в тренингах личностного роста, имеют второе, а иногда и третье образование, пытаются уплотнить время, исчисляя список личных достижений и всегда связывая его с тем, что и сколько они «успели» за такой короткий срок, т. е. корреляция со временем всегда присутствует. Планка притязаний таких личностей преимущественно высока и динамична, понимание смысла жизни присутствует в наиболее личностном и оптимальном понимании. Негативом является постоянно гложущее чувство «еще неделанного» и постоянный дефицит времени; необходимость держать под контролем все свои действия и жестко корректировать планы, добиваясь высокого «коэффициента полезного действия» в отношении ориентации во временном пространстве. По выражению Эрнста Цветкова, «наше Эго, подобно периферии циклона, которая крутится в бешеном вихре, в то время как наша глубинная сущность представляет собой истинное око мудрости, через которое проглядывает высший промысел» [43, с. 101].

Третья группа («управляющие временем», или «перфекционисты») хочет постоянно обгонять время, но их желание управлять им зачастую связано также с желанием руководить другими. Именно здесь мы находим самый высокий уровень перфекционизма: если это руководитель по статусу, то стиль его руководства приближается чаще к абсолютистскому, с элементами волюнтаризма. Желание руководить *всем и вся* распространяется и на временное пространство. Как следствие, часто возникают психологические кризисы, постоянные перегрузки (в том числе психические) приводят к деиндивидуализации стиля жизни. А в результате — снижается качество жизни. Сначала оно неощутимо, ведь такие люди чаще всего выбирают социально престижные профессии, формы и места отдыха, которые считаются «брендовыми» среди определенного контингента, посещают модные рестораны, представления, «культовые» фильмы и т. д. Перфекционизм их в этом случае приобре-

тает характер демонстративности, требует признания и одобрения окружающих с постоянным подтверждением: «Ты лучший». Поэтому, как только не удастся достичь желаемых высот или находится рядом тот, кто достиг большего или достиг того же, но более быстро, начинаются кризисные явления: депрессии, неврозы, проявления деспотичного отношения к окружающим. Особенно страдает в таком случае ближайшее окружение — первичная группа: семья, родственники, близкие друзья. Малейшее недовольство, особенно в случае, когда не удалось «обогнать время» (а на самом деле кого-то конкретного на определенном временном промежутке), тут же проявляется в возбужденном психологическом состоянии, повышенной тревожности, раздражительности. Все это снижает качество жизни не только самого перфекциониста, не очень удачно «управляющего временем», но и вышеупомянутой первичной группы.

Единственным исключением из подобного контингента могут считаться представители творческих профессий, которым удается «обогнать время» в своих произведениях, в тех художественных образах, которые создаются ими сегодня, но станут достоянием (по крайней мере, по мнению авторов) грядущих поколений. Именно представители творческих профессий чаще всего относят себя к людям «завтрашнего дня» и в этом видят своеобразное воплощение смысла жизни и направленность своей работы. Направленность личности у таких людей тесно связана с художественным типом их мышления, а мировосприятие таких «творцов» (по И. П. Павлову и Л. С. Выготскому) обусловлено их способностями и возможностями творческого мышления. Определенная степень маргинальности последних заключается в том, что они параллельно могут быть отнесены к контингенту «сонь», ведь их желание обогнать время часто является лишь виртуальным, ему присущи элементы иррационализма, а желание обогнать время иногда заменено на желание не замечать течения времени. При этом индивидуализация стиля жизни сохраняется и в этом случае на достаточно высоком уровне.

Проблема **влияния времени** на психологический комфорт и психические состояния человека в отечественной психологии до сих пор все еще недостаточно изучена, хотя большинство ведущих ученых-психологов признают психические состояния одними из важнейших компонентов человеческой психики в целом. На современном этапе развития отечественной психологии нет общепризнанного определения этого термина, не определены структура и функции, социопсихологические детерминанты, влияющие на психические состояния людей. Причина этого, скорее всего, кроется в самой природе психических состояний, которые занимают промежуточное положение между психическими процессами и индивидуально-психологическими свойствами личности.



Рис. 1. Связь психологических свойств и состояний с влиянием времени

Проблема *психических состояний* и проблема *влияния времени* являются смежными в психологии, ведь они обе касаются как форм психической активности человека, так и конкретной реакции всей нашей психики на те психологические ситуации, которые сложились вокруг нас, а также указывают момент единства *статики* (как психологического свойства) и *динамики* (в рамках конкретных психических процессов: познавательных, эмоциональных, волевых). Вывод один: **функционирование психики человека невозможно без ощущения времени, его течения и отсчета.**

Куда уходит время? А может быть, это мы уходим от него, забывая о бесконечности пространства, мы пытаемся то обогнать время, то догнать его, а то и просто убегаем от него, чтобы не чувствовать, что оно уходит ЗРЯ. Вот это древнее слово и есть тот корень истины, который проливает свет ясности на проблему: тщетность все сущего — это мелочи против нашей досады на самих себя за истраченное время, несовершенные дела или, что еще хуже — незавершенные; брошенные семьи и дети, недочитанные (или вовсе не раскрытые) книги, нераскрытые души и несделанные признания — все это мертвым грузом лежит у нас в жизненном «рюкзачке» и достаточно ощутимо давит спину, тянет нас назад и зачастую не дает свободно вздохнуть и совершить новый шаг.

Каждому из нас знакомо чувство топтания на месте, но мы не всегда отдаем себе отчет, что оно напрямую связано с нашим ощущением времени и отношением к нему. Последнее особенно важно для тех, кто любит его транжирить, например «пропадая» часами в социальных сетях. А ведь эта **иллюзия общения** может стать нашим вторым «я», поглощая время нашего «я» первого. (Уже давно психологи говорят о том, что социальные сети, особенно сайты знакомств, провоцируют раздвоение личности, создавая питательную среду для так называемой парадоксальной коммуникации [7].)

Для журналиста *ситуация, которая разворачивается в рамках определенного отрезка времени*, — это система условий, подталкивающих человека к активной деятельности, или совокупность обстоятельств, благоприятствующих (или, наоборот, препятствующих) его творческой, содержательной и целеустремленной жизнедеятельности. Если это не так, ищите проблемы психопатологического свойства, причем группового характера. Есть состоятельные люди, добившиеся успеха, но сами загнавшие себя в угол неправильным *тайм-менеджментом*, неумением делегировать полномочия и решать проблемы коллективно. Некоторые психологи связывают это со специфической системой воспитания. Главная причина любого кризиса, и особенно того, который люди испытывают с 30 до 40 лет, отмечает психолог Екатерина Долженко на сайте Subscribe.ru, — это неумение обращаться с собственным «хочу». Мы существуем под гнетом огромного числа долженствований и стереотипов: получаем образование не потому, что хотим этого, а потому, что надо быть образованным. Становимся не теми, кем хотим стать, а теми, кем нас видят родители. Затем включаемся в гонку за капиталом. И даже если получаем от нее удовольствие, это ведь все равно «заработок ради заработка». В долгосрочной перспективе такая концепция не работает: однажды вы устаете, все начинает вас раздражать, это накладывается на наши причуды климата, практически полное отсутствие качественных продуктов и малоподвижный образ жизни. В школе детям внушают: «Думай о других», «Будь лучше», «Будь сильным». Хотя по-хорошему установки должны звучать так: «Думай о себе», «Люби себя таким, какой ты есть», «Не бойся проявить слабость». В добровольно-принудительном порядке от эгоизма еще никто не излечился, а вот чувство вины, непрерывное напряжение и кровопролитная борьба за уважительное отношение к себе — вещи вполне реальные.

Действительно, можно констатировать, что как искусственное «ускорение» времени, так и неумение ориентироваться во временном пространстве не только отрицательно влияют на личностное развитие, но и являются причинами многих психологических проблем и кризисных состояний, с которыми сталкиваются психологи-консультанты, психотерапевты [43], психолингвисты и специалисты в области медиапсихологии, психологии искусства и психологии творчества.

Рассмотрим далее их точки зрения на специфику и следствия открывшихся возможностей ориентации во времени и пространстве информации, или медиапространстве, которое все чаще современные исследователи называют гиперреальностью, — термин, принадлежащий Жану Бодрийяру, который пишет: «Ничто ничему не подобно, и голографическое воспроизведение, так же как любой намек на синтез или точное возрождение реального (это касается даже проведения научных опытов), уже больше не реально, оно гиперреально (курсив автора. — Ж. Б.). Поэтому оно никогда не означает воплощения (истины), но всегда уже является симуляцией» [5, с. 157]. Эта мысль, высказанная Бодрийяром еще в 1981 г. в его знаменитых теперь «Симулякрах и симуляции», добавляет нам возможностей не только определить, что представляет собой и существует ли вообще мир гиперреальности, но прежде всего, используя достижения современной медиакоммуникативистики — науки о коммуникативных отношениях, которые возникают в информационном или «медиапространстве», научиться ориентироваться во всем многообразии моделей и научных парадигм, в рамках которых излагают свои представления об этом «загадочном мире», или «зазеркалье гиперреальности», психолингвисты, социальные психологи и философы последней четверти только что минувшего столетия.

Точка зрения наблюдателя

Заговори, чтобы я тебя увидел.

Сократ

Точек зрения для наблюдателя (в случае нашей социальной системы) можно выбрать множество — отсюда понятие «плюрализм мнений». Главное, что эти точки зрения последнее время ни к чему не обязывают самого наблюдателя. Что, естественно, отражается и на его языке.

Мы живем в интересную эпоху: это не только эпоха перемен, которая так не нравилась Конфуцию; самое главное — в содержании этих перемен, и одна из них — изменение взаимоотношений человека и информации. Меняется отношение к массмедиа, меняются и сами медиа. Если раньше именно они формировали у массы людей «образ мира», то теперь все чаще медиа занимают позицию наблюдателя, а формирующие функции и позиции постепенно, плавно переходят в сферу PR и рекламы; журналистика уступает место социальным коммуникациям и профессиональным связям с общественностью. «Сегодня СМИ и глобальной сетью Интернет вос-

требуется сжатая форма подачи информации, предполагающая создание акцентов на точную вербализацию сообщений и визуализацию создаваемого образа» [15, с. 142]. В целом мысль ясна, но «создание акцентов на...» — очень настораживает. Еще раз вспоминаешь, что речь должна быть понятной, а если мы не полностью владеем ею, то и наше изречение вместо доставки смысла будет только затруднять этот процесс. Посмотрим дальше, как взаимодействует речь с иными способами выражения смыслов и как это происходит в экранных искусствах, особенно на телевидении.

Для любого специалиста в различных отраслях современных медийных коммуникаций очевидно, что характерной особенностью эфирного вещания является то, что оно находится в поле двух сил: с одной стороны, подвергаясь диктату техники, стремится максимально сохранить особенности устной речи, с другой — использует возможные для своей сферы функционирования средства музыкального и драматического искусства, киноискусства, живописи и пр. Все это уже более полувека реализуется в радио- и телепрограммах; также это еще раз доказывает невозможность чистой «репродукции» при переносе какого-либо зрелища на экран, особенно в аудиовизуальных форматах.

Телевидение подвержено драматизации в двойном смысле этого слова: оно выводит на сцену, освещает то или иное событие и довольно часто превышает его значение, серьезность, его драматический, трагический характер (как это было с жертвами Майдана в Киеве в 2014 г.). Когда событие действительно достигает значения трагедийности, оказывается трудно подобрать подходящие слова, которые были бы достаточно сильны для определения тех событий. (То же происходит со словами благодарности, выражения радости, удовлетворения и т. д.) Обычные слова не могут поразить ни «обывателей», ни элиты, ни «народ». Необходимо использовать нестандартные слова. На самом деле, как это ни парадоксально, в мире изображений «царит слово». Этот феномен был отмечен еще А. Я. Юровским [46]. Причем каждое слово телеведущих (которые в основном говорят не задумываясь, часто не имея ни малейшего представления о сложности и серьезности того, о чем они ведут беседу), каждое выступление в эфире как бы призывает к ответственности, которую они несут за сказанное перед тысячами телезрителей, хотя они и сами зачастую не понимают того, о чем говорят.

В то же время, теле- и радиоведущим необходимо осознавать, что есть такие слова и темы, о которых (как пишет Ларри Кинг) «раньше не говорили в приличном обществе в присутствии дам, и тем более в средствах массовой информации... Меньше стало не только табуированных слов, но и табуированных тем. Немалый вклад в это внесло распространение телевизионных ток-шоу, где предметом общественного обсуждения становятся темы, которых ранее в гостиных старались не касаться» [14, с. 38]. Именно такие «словечки» по-своему искажают реальность либо создают другую реальность, оживляют фан-

тазмы, страхи, фобии или просто ошибочные представления. Поэтому ответственность «создателя событий» — пиарщика, журналиста — сегодня должна быть таким же предметом научного рассмотрения, как и создаваемый ими информационный продукт. Только установив адекватность меры ответственности за тип и характер создаваемого на телеэкране образа события, мы можем оценить степень реагирования на него — как на событие действительное или вымышленное, на гиперреальность, а значит — симуляцию (по Ж. Бодрийяру), или на жизнь «как она есть» (по В. Саппаку). Подчеркнем, что последнее, казалось бы, больше соответствует реальным жизненным стилям населения, но оборачивается на практике закреплением традиционно сложившейся дифференциации аудиторий на культурно-компетентные и неприспособленные, подверженные всеядности и неразборчивые или занимающие позицию так называемого механического плюрализма, санкционированного медиабизнесом.

Пассивность зрителя, слушателя, читателя уже не волнует журналиста, она продолжает волновать лишь рекламодателя, а сама разновидность публичного речевого воздействия (эфирное вещание) волнует разве что продюсеров политических ток-шоу. Если в последнюю четверть XX в. — «золотой век» телевидения — оно стремилось максимально сберечь особенности устного речевого общения, втягивая в свою орбиту возможности эстетики других видов искусства: музыки, драмы киноискусства, живописи и иных изобразительных искусств, то сейчас все эти способы пытаются активно осваивать — компьютерное видео, анимация и т. д.

Существенный недостаток — невозможность обеспечить эффективную обратную связь (в межличностном общении — это один из важнейших признаков коммуникативного взаимодействия), эфирное вещание, будь то телевидение или радио, пытается компенсировать такими формами, как прямой эфир, различные формы интерактивности, ответы на поступающие (или заранее заготовленные) вопросы, скрытая камера, спонтанные интервью, блиц-опросы, интервью в кулуарах совещаний, конференций, заседаний властных структур, а также на улицах — по поводу актуальных текущих событий и проблем. Наиболее до-

стоверную информацию, конечно, могут предоставить журналистам данные социологических исследований, как оперативных, синхронных, так и прогностических, однако теперь это считается дорогим и долго, а потому не в чести. Проще провести «моментальный» опрос на улице и таким образом визуализировать и «озвучить» проблему. Такие лишённые анализа и глубины опросы для «картинки» все чаще проникают на телеэкран, не предоставляя аудитории достаточного количества мнений.

Различные развлекательные программы, телешоу, которые собирают большое количество участников, втягивают их в диалог, чаще всего представляющий собой «заказуху» либо работающий на рейтинг программы (который зачастую достигается любой ценой); т. е. передача выполняет кем-то поставленную задачу, иногда это действительно «социальный заказ», когда участники могут высказать свои мысли, замечания, пожелания, а также критику в адрес участников событий, власти, политиков — последнее практикуется как рукотворный образ «свободы слова». Разнообразнейшие конкурсы, вуайеристские и реалити-шоу, перформансы разного рода, в том числе театрализованные действия типа телепроекта «Последний герой», приближенные к документалистике истории о судьбах людей «Ищу тебя», «Моя семья» и т. д. Слушатели и зрители становятся виртуальными соучастниками таких виртуальных диалогов, продолжая их в кругу семьи или друзей.

Отношение к телевизионной аудитории у самих журналистов достаточно стабильное, причем мнения о том, что «массовой аудитории уже не существует», неприемлемо для более 2/3 журналистов-участников онлайн-опроса, проведенного автором в 2017 г. Отмечено, что «ритуальность поведения аудитории, ее наличие в постоянной структуре так называемого медиаландшафта воспринимается журналистами как повседневность: привычки аудитории неизменны, что гарантирует журналистам ТВ постоянную аудиторию» [37, с. 45]. Вероятность изменений, связанных с появлением новой аудитории допускают около 50% журналистов-экспертов, что демонстрируют следующие социологические данные, выстроенные в виде диаграммы:

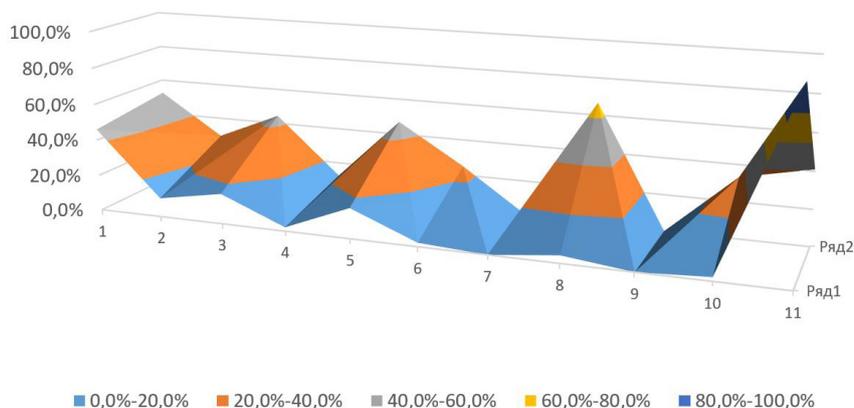


Диаграмма 1. Корреляция ответов, что «массовой аудитории СМИ уже не существует» с вероятностью изменений новой аудитории

Как видно на диаграмме 1, от 20 до 40% журналистов в разных возрастных группах считают, что качественные изменения аудитории массмедиа действительно происходят. Однако среди тех (находящихся в меньшинстве), кто продолжает придерживаться мнения, что никаких качественных изменений нет, мнения о существовании/несуществовании массовой аудитории распределились точно поровну: 50% считают, что такой аудитории уже нет, и столько же считают обратное.

Типичное поведение групп аудиторий СМИ, безусловно, связано с их статусами, коммуникативными способностями индивидов, составляющих эти группы, их регулярными контактами с ТВ, радио, прессой. Другие же достаточно инертны в общении с массмедиа, а потому чаще обращаются к неформальным источникам или трансляции сообщений лидерами референтной группы. Следовательно, воздействие СМИ на личность — процесс далеко не всегда прямой и непосредственный. Вероятнее всего, он проходит сквозь «шлюзы» мнений и «отраженное», опосредованное восприятие социального окружения индивидов. Ответы журналистов показали наличие и устойчивость стереотипов в профессиональной среде. И действительно, ведь со стандартными приемами коммуникации, привычными для массовых аудиторий, работать понятнее и легче, чем искать «подходы» к новым аудиториям и субъектам компьютерных сетей.

Таким образом, *точка зрения наблюдателя* (в данном случае социолога массовых коммуникаций) подтвердила остроту уже десятилетие обсуждаемого вопроса: уцелеют ли традиционные медиа под натиском интернет-технологий и нужно ли журналистике ориентироваться на массовую аудиторию, как это было в конце XX века?

Языковые проблемы или детство технологий?

Достижения современной техники, которая обеспечила охват всей Земли планетарными информационными технологиями и, таким образом, приобрела господство над умами, войдя во все сферы жизни и существенно трансформировав их, повлияли в первую очередь на сферу человеческого общения, втянув в свою орбиту и такой его вид, как устные публичные выступления. Только теперь эти выступления происходят не перед реальной «живой» публикой, а преимущественно либо перед телекамерой или радиомикрофоном, либо перед ними же, но размещаются в интернет-сетях. Его традиционные формы — сообщения, выступления, беседы, лекции, консультации — приобретают совсем иное технологическое воплощение. Радио, телевидение другие медиа, распространяющие *текст*, диктуют свои правила устной речи, которая все более изменяет свои функции и координаты в пространстве и во времени. Фактор устного воздействия перестал быть доминирующим, однако приобретает новые особенности, благодаря использованию технологий. Публичное выступление стало пестреть картинками, демонстрирующими

фрагменты выступления на мультимедийном экране (это теперь именуется презентацией), изменился звуковой образ и самой речи.

Массмедийные практики породили соответствующие им слова-понятия (как официально-нейтрального стиля, так и сленгового), причем к этой тематической группе принадлежат композиты, где в начале слова используется компонент «теле» или «радио», причем среди них есть не только термины (*телеэфир, телесериал, теленовости, телемост, телеведущий, телеанонс, телеверсия; радиореклама, радиостанция, радиокорреспондент, телерадиопространство*), но и своего рода корпоративные сленговые выражения и профессионализмы: *телехалтура, телеквотанье, телеотрыжка, телехалтура, телепират* и т. п. Привычными официальными терминами стали: *телевещание, радиовещание*; словосочетания: *спутниковое телевидение, проводное радиовещание, местное вещание* и др.

Когда приобретаются навыки устной речи, ребенок (а с годами и взрослый) не задумывается, что именно в ней находит выражение эволюция его природного «я». Входя в «устноречевую стихию», человек воспроизводит силу энергии, заложенную в ней «живым словом» (по выражению Норы Галь). Реализуя суггестивные возможности и внутренний «эстетизм» устного публичного слова, наши предки совершили не одну революцию, выиграли не одно сражение, построили не одно «чудо света». А ведь чуть больше столетий назад не было ни радио, ни телевидения, и поднять народ можно было только своим красноречием, «замешанным» на харизме.

Сегодня мы вроде бы хорошо знаем, как найти оптимальное соотношение между монологичностью, диалогичностью и полилогичностью устной речи; особенностями мужского и женского голоса; используя «эффект присутствия» (выражение В. Саппака), умеем обеспечивать иллюзию сиюминутности происходящего; продолжаем интенсивный процесс поиска форм и приемов воздействия, помогающих удержать внимание аудитории.

Вне времени и пространства, иногда «вне реальности», но тем не менее всем очевидно, что телевидение регулирует доступ к социальной и политической жизни. Восприятие телепередач массовой аудиторией часто определяется эмоционально-оценочным отношением к ведущему. В быденном сознании это проявляется в феномене «популярности ведущего», когда зрителя захватывает (или отталкивает) не столько информационная сторона сообщения, сколько личность телекоммуникатора. Телеведущий — человек, завоевывающий аудиторию масштабностью своей личности. Высочайший профессионализм ведущего — это его интеллигентность, телевизионный талант, эрудиция, умение сохранить лицо при любых обстоятельствах, убеждения зрителей в том, что они получают достоверную, самую объективную информацию. Аудитория воспринимает телеведущего как транслятора информации, если он и не сам проводил расследование и не сам добывал факты, его обязанность — умело и тактично их подать. Личность телеведущего накладывает свой отпечаток на уровень популярности программы.

Персонализация телевизионного вещания утвердилась во всем мире как принцип вещания, как существенное отличие телевизионной журналистики от других ее видов. Именно она позволяет преодолеть временное пространство и сделать ведущего популярным вне зависимости от времени. Не менее важным является грамотное использование принципа персонализации — он возможен даже в небольших сюжетах, из которых состоит программа. А главный герой — участник события — обязателен. Такими героями могут быть люди разных профессий. Все они несут с экрана не только «прикладную» информацию по теме сюжета, но и несколько больше: они являются свидетелями тех проблем, которые возникают в повседневной жизни. Личность героя и личность автора, которые включены в содержание телевизионного сообщения, позволяют сделать сюжет ярким и запоминающимся, поскольку человек был и является наиболее интересным явлением для других. В этом и кроется секрет преодоления временных рамок. Есть еще один высокий уровень персонализации — когда журналиста ждут на экране ради него самого, ждут как лидера, который умеет объяснить сложные проблемы, как личность, значительную в моральном и духовном плане [35].

Как было указано выше, главным средством коммуникации в условиях социально ориентированного общения является речь. Исключение составляет телевидение, особенно телешоу и телемосты, в которых средством общения является и изображение, и живая речь. Телевидение передает устную речь естественно. Поэтому истинное возрождение спонтанной устной речи связано именно с телевидением. Существует социальная потребность в общении посредством устной речи, и лучше всего ее удовлетворяет телевидение. Но устная речь в телеэфире принципиально отличается от ораторской речи, поэтому даже хороший лектор не всегда удачно выступает на телевидении. Особенности речевого поведения коммуникатора, работающего в условиях электронных медиа, в частности телевидения, следующие:

- отправитель (коммуникатор) является частью организованной группы, а часто и представителем определенного социального института, в качестве своей основной функции имеющий задачи, отличные от собственно коммуникации;
- воспринимающей стороной здесь выступает индивид, который может рассматриваться как часть группы (аудитории) с присущими ей характеристиками;
- ограниченный и контролируемый доступ к средствам передачи сообщений (информации);
- асимметричность отношений адресата и адресанта (в нашем случае — коммуникатора и массовой аудитории);
- влияние институциональных предписаний на отношения коммуникатора и адресата.

Поколение, за истекшие несколько десятилетий привыкшее быть «сторонним наблюдателем» (преимущественно выросшее под воздействием телевидения и «приросшее» к телевидению), резко отличается от поколения, которое выросло и чувствует себя как

«рыба в воде» в СЕТЕВЫХ СРЕДАХ новых средств массовой коммуникации. Интересно, что здесь *встретились два поколения*, пережившие «детство технологий»: те, кто пережил «детство» телевидения, и те, кто пережил и сейчас охотно осваивает «детские проблемы» сетевого общения.

Если считать, что молодое поколение, осваивающее океан компьютерных возможностей, действительно чувствует себя в нем как рыба в воде, то правомерно задаться вопросом, а может ли эта «рыба» запутаться, «попасться» в эти сети, т. е. потерять ощущение реальности и возможности осознания противоречий виртуального мира, в том числе ощущение реального временного пространства. Видимо, такая ОПАСНОСТЬ СУЩЕСТВУЕТ.

Происходит превращение виртуальности не только теоретически, но и фактически в важную составляющую жизни индивида — субъекта сетевых коммуникативных взаимодействий, при этом «жизнь в Сети» превращается для него в весьма серьезную социальную ценность.

На виртуальность телевидения пока жалоб не было. Методами научного обоснования (в рамках теории коммуникации) ученые указывают, что факт массового доступа к информации и знаниям сам по себе не может привести к отрицательным последствиям. Однако когда речь идет о внедрении новой техники и технологий как в повседневность, так и в творчество, и особенно — во все виды коммуникаций, то даже поборники информационных революций видят в них определенные «риски» [4].

С точки зрения современной культурологии, «медиакоммуникативистики» (которая постепенно приходит на смену журналистике) и психологии культуры можно интерпретировать виртуальный мир как субкультуру или маргинальное явление. В прикладном культурном плане кинокартины и телефильмы с компьютерной графикой и спецэффектами (сжатие пространства, например), безусловно, предоставляют новые качества и возможности влияния на людей. Каждые 5–7 лет происходит обновление технологий, приобретающих все более изощренные формы (технологии дополненной реальности и т. д.).

Одна из животрепещущих социальных проблем виртуализированного мира в том, что прогресс техники стал формировать поколение за поколением «новых» интеллектуалов, которые доминируют в прессе, в жизни, в борьбе за власть. Ряд авторов описывает автобиографический, нарративный аспект интеллектуального дискурса в Европе на стыке модерна и постмодерна (Ф. Киттлер, Н. Больц и др.). Наиболее известная «двухступенчатая модель» воздействия СМИ, основанная на гипотезе о том, что вовлеченные в пространство массовой коммуникации индивиды придерживаются разных социальных ролей, и названная в начале XXI века «медиацентрической», она уже не выглядит столь категорически «прямолинейно». Некоторые модели коммуникации прошлого активны и теперь. Их функции в распространении знаний и ценностей считаются классическими, присущими именно традиционным СМИ.

Тем не менее «двухступенчатая модель воздействия» была первой моделью массовой коммуникации, где уже явно прослеживалась ее «зазеркальность». Фактически между популярным кинофильмом советской поры «Королевством кривых зеркал» и приключениями Алисы в Зазеркалье не просто много общего. Здесь прослеживается сходство-различие микрокоммуникативных и макрокоммуникативных моделей коммуникации; в первых преимущественно можно верить лишь ближайшему окружению, для вторых работает «двухступенчатая модель», когда можно верить людям авторитетным, достойным доверия, получившим название «лидеры мнений».

Как изложено в социологической теории медиа, нелинейная двухступенчатая структуризация массового информационного потока стимулировала дальнейшее теоретическое моделирование макрокоммуникативных процессов и подтолкнула к эмпирической верификации этих моделей (активизации социологических исследований аудитории, «рейтингов» отдельных каналов и передач) [33]. Так же, как и «парадигма эффектов», идеи которой тяготели к представлениям о прямом воздействии на аудиторию, она была существенно ограниченной, лишь частично поясняя влияние СМИ на структуру информационного пространства и содержание знаний о нем, о ценностных ориентациях и поведении людей.

Вскоре социальная практика исчерпала возможности плодотворного применения вышеназванных моделей («двухступенчатая модель» со временем также была подвергнута уточнению и пересмотру), ибо ситуация как в самих средствах массовой коммуникации, так и вокруг них изменилась. Актуальными стали исследования напряжений, возникающих внутри элит, между элитами и общественностью, в ситуациях, когда каждая из них осуществляла попытки контролировать массовую коммуникацию.

Кто такой профессор Хиггинс?

Слышать — это больше, чем понимать слова.

Карел Чапек

Сейчас уже трудно даже предположить, кто из десяти человек сразу ответит на вопрос «Кто такой профессор Хиггинс?» Театр становится все менее доступным зрелищем для большинства населения кризисных стран, да и в репертуаре театра не часто встретишь «Мою прекрасную леди» — великолепный спектакль (либо одноименную оперетту) по пьесе Бернарда Шоу «Пигмалион», покоровшего в течение большей половины прошлого века немало сердец. Действительно, и звезда Голливуда — актриса Одри Хепберн (Элиза Дулиттл), и Рекс Харрисон (профессор Хиггинс) навсегда запомнились поклонникам таланта знаменитого кинорежиссера Джорджа Дьюи Кьюкора, создавшего в 1964 г. кинематографическую версию пьесы Бернарда Шоу «Пигмалион». Запомнился и главный герой — профессор Хиггинс, который всего по нескольким произнесенным словам мог определить, уроженцем

каких краев является говорящий. Такая удивительная способность, вероятно, не является плодом авторского воображения: характерный говор того или иного края легко различить на слух, а при усердном изучении возможных вариаций можно, пожалуй, сравниться со знаменитым Хиггинсом. Например, речь уроженцев Вологодской либо Архангельской области, центральных областей и жителей Западной Украины, Краснодарского края и Северного Кавказа настолько по-разному звучит, что не заметить различия невозможно. А изучение диалектологии может научить различать и более тонкие инварианты (фонетические либо смысловые различия).

К тому же, если знать особенности словоупотребления в разных местностях, то задача еще более упрощается. Например, подъехав на автобусе к нужной остановке, москвич «выходит», а одесит «встает». Жители разных мест ходят одни на рынок, другие — на базар. Само выражение «базарить» кое-где означает буквально — «делать покупки на базаре», тогда как в других местах это значит «праздно болтать».

Точно разобраться во всех подобных тонкостях по силам лишь хорошо подготовленным специалистам. При этом удается решить еще одну важную задачу: выяснить, из каких мест родом говорящий, хотя в большинстве случаев об этом можно просто спросить напрямую. Но особенности речи позволяют судить и о многих других индивидуальных свойствах. Даже в очень коротком фрагменте речи содержится гораздо больше информации, чем та, которую говорящий пытается намеренно вложить в свои слова. Громкость речи, ее интонация, темп и ритм, особенности употребления некоторых слов — все это может сказать наблюдателю, знакомому с несложными психологическими закономерностями, о многом. Формулируя то или иное высказывание (даже самое простое), человек в основном размышляет о содержании своих слов, но почти никогда не заботится специально о манере их произнесения. Поэтому его голос и манера говорить несут в себе подлинную, почти не замаскированную информацию о его душевном складе.

Громкость голоса — общий показатель жизненной энергии и уверенности в себе. Обычно громко говорят люди, которые желают быть уверены, что окружающие обязательно услышат их слова и примут их к сведению. Довольно громкий голос (даже в будничной обстановке) отличает людей, которые привыкли отдавать распоряжения, считают себя вправе отчитывать виноватых и не сомневаются в правоте своей позиции. Громким голосом обычно стараются перекрыть возражения оппонента, прервать на полуслове само стремление противоречить и не подчиняться. Так, совсем еще маленький ребенок, настаивая на каком-то своем желании или просто торопясь о чем-то рассказать, старается буквально перекричать сверстников и даже родителей, не давая им возможности возразить или хотя бы помешать высказыванию. Понаблюдайте за разговором дошкольников: свою правоту каждый стремится утвердить громкостью голоса. По мере взросления все большую роль в раз-

говоре приобретает логика, человек учится не только говорить, но и слушать. К сожалению, не все даже в зрелые годы владеют этой способностью в полной мере, и очень часто люди настаивают на своем в ребяческой манере — почти криком. Конечно, если логика неубедительна, другого средства не остается. Интересную ремарку оставил Уинстон Черчилль на полях конспекта одной своей речи: «Довод слаб — надо кричать!»

Громкий голос может выступать и маскировочным средством для сокрытия слабого духа. Так путник, оказавшийся среди темного леса, начинает громко петь, чтобы заглушить свой страх. Большая громкость может быть и проявлением недостаточной самокритичности, неумения владеть своими чувствами, как, например, у человека, находящегося под действием алкоголя. В любом случае чересчур громогласное «словоизвержение» заставляет задуматься: насколько глубок смысл сказанного и стоит ли соглашаться с самоуверенностью говорящего? Как правило, человеку, говорящему здраво, спокойно и рассудительно, не требуется форсировать громкость своей речи. Идеалом убедительно и грамотно построенной речи была в свое время, как ни удивительно, речь Юрия Сенкевича — знаменитого путешественника, телекомментатора, неизменного ведущего популярной телепрограммы «Клуб кинопутешествий» (по результатам сравнительного опроса сотрудников Гостелерадио и аудитории, проведенного еще в начале 80-х, он занял первое место как лучший телеведущий, обладающий наиболее полным «комплексом» профессиональных качеств). По мнению специалистов, немалую часть таких профессиональных качеств составляют: владение литературным языком, умение сформулировать свою мысль, владение речью (темп, тембр, интонация, паузирование и т. д.) [35].

С психологической точки зрения слабая громкость голоса свидетельствует о том, что перед нами человек сдержанный, скромный, вероятно хорошо воспитанный. Можно было бы предположить, что тихий голос свидетельствует о недостаточной уверенности в себе. Так действительно бывает, и в этом случае для речи характерна колеблющаяся, робко-просительная интонация. Но тихий голос может быть и твердым, даже жестким. Так говорят люди, абсолютно уверенные, что их доводы безупречны и что их голос — пускай и негромкий — обязательно будет услышан. Кроме того, люди предпочитают негромко произносить такие вещи, которые не хотели бы оглашать во всеуслышание. Не исключено, что человек, предпочитающий говорить тихо, испытывает смутное ощущение неловкости (чаще всего — необоснованное).

Сильные и внезапные колебания громкости голоса свидетельствуют об общей повышенной эмоциональности либо о том волнении, которое говорящий испытывает в данный момент. Это волнение обычно заражает слушателей, особенно когда поначалу тихий голос вдруг крепнет и обретает уверенную громкость. Хорошие ораторы знают, что речь, произнесенная в одном тоне (пускай даже и с пафосом), не может увлечь слушателей. Поэтому они сознательно варьи-

руют громкость речи, придавая сказанному сильный эмоциональный акцент.

Скорость речи соответствует темпераменту и так называемому темпу жизни человека. Поэтому ее трудно изменить (это удастся волевым усилием, но ненадолго). Неторопливо, даже медлительно говорят спокойные, обстоятельные люди, не склонные к авантюрам и резким перепадам настроения. Впрочем, медленная речь может быть и признаком общей заторможенности, недостаточной подвижности мыслительных процессов, а то и просто лени [44]. Так, у человека, принявшего успокоительное лекарство, речь замедляется (при этом также снижается темп умственных процессов и мотивация к деятельности).

Оживленно и бойко, даже торопливо, говорят энергичные, подвижные, легкие на подъем люди. Такое заключение можно сделать, если ритм речи равномерный. А вот нарушенный ритм, при общей высокой скорости речи, свидетельствует о том, что человек робеет, недостаточно уверен в себе (возможно, только в данный момент). Так, если студент вытянул на экзамене незнакомый билет, он может начать тараторить и запинаться, но бывает и наоборот: в такой ситуации студенту трудно «выдавить из себя слово», т. к. это объясняется простой причиной: просто нечего сказать.

Заметные колебания скорости речи указывают на недостаток уравновешенности, легкую возбудимость. Изменение темпа речи может более или менее сознательно использоваться для нагнетания эмоционального тона, возбуждения слушателей. Когда человек говорит в ускоряющемся темпе, он, вероятно, сам все более вдохновляется и зажигает слушателей. Наоборот, замедляющаяся речь словно включение внутренних тормозов, когда потеряна логическая нить либо уверенность в своей правоте. Такие коммуникативные тактики известны, как отмечает О. С. Иссерс [13], и могут широко использоваться в теле- и радиоречи.

От высоты голоса во многом зависит впечатление, которое у слушающих складывается о говорящем. Высокий пронзительный голос неодобрительно называют визгливым, безосновательно приписывая его обладателю всяческие недостатки. В действительности голос обычно срывается в фальцет либо от сильного возбуждения, либо от страха (эти состояния могут быть вызваны паникой или другими видами психологического напряжения человека). Низкий тон голоса символизирует силу и достоинство. Баритон в сфере «убеждающих коммуникаций» является самым оптимальным тембром голоса. Таким тембром голоса обладали «суровые и мужественные герои вестернов», постепенно убедившие американцев, что голос сильного человека обязательно должен быть низким. Бизнесмены и политики также преимущественно пытаются воспользоваться этим [17]. Именно баритоном обладал уже упомянутый выше Юрий Сенкевич. Следует учесть, однако, что искусственно «заниженный» голос кажется слушателям неискренним. Поэтому, желая выглядеть убедительно, надо оставаться в рамках естественного диапазона своего

голоса, отклонения или «выпадение» из этого диапазона заставляет слушателей насторожиться.

Весьма важный показатель речи — ее отчетливость. Ясное и четкое произнесение слов — показатель внутренней дисциплины, стремления ясно представить свою позицию. И, наоборот, нечеткое произношение — всякого рода бурчание, бормотание и т. п. (если только это не связано с дефектами речепроизводительного аппарата), все это зачастую проявление неуважительного отношения к собеседнику: говорящий даже не заботится о том, чтобы другим было легко его расслышать. Но психологи не ограничиваются таким простым объяснением. Они считают: те, кто склонен подавлять свои эмоциональные реакции, почти всегда выражают это голосом. Попытка таких людей сделать звук своего голоса полностью подконтрольным, нейтральным обычно начинается с неосознанного воздействия на дыхание, которое экономится таким образом, чтобы исключить неожиданный прорыв «открытого» звука, и заканчивается артикуляционным оформлением речи. В итоге ясное и четкое произношение слов укажет нам на внутреннее спокойствие и рационализм собеседника, а неясное и расплывчатое произношение проявит в нем мягкость, уступчивость, даже некоторое слабование.

Ритмический рисунок речи во многом формируется паузами. Значение темпоритма для любого выступления или для передачи в целом хорошо известно любому телевизионному, кино- или радиорежиссеру. Именно использование пауз является эффективным средством воздействия на собеседника. Вспомните эпизод из романа Сомерсета Моэма «Театр» (и одноименного телевизионного фильма с незабываемой Вией Артмане в главной роли), в котором прозвучал афоризм: «Не делай паузы, если в этом нет крайней необходимости, но уж если сделала, тяни ее сколько можешь». Те, кто чувствует себя тревожно и боится «повиснуть в пустоте», в диалоге избегают пауз.

Но, разумеется, самое важное в речи — это произнесенные слова. Поскольку речь и интеллект взаимосвязаны, постольку по словесному оформлению мысли можно судить и о ее глубине [27]. Эта, казалось бы, очевидная задача на самом деле совсем не проста. Очень часто мы приписываем другому человеку наши собственные мысли и побуждения и бываем удивлены, если он имеет в виду совсем другое. Основное правило любого разговора: слушая, сосредоточиться не на себе, своих мнениях и оценках, а на собеседнике с его собственными взглядами, которые, вполне вероятно, отличаются от наших.

Проблемные моменты

Новые отрасли знаний, в частности семиотика и ее аналог — семиология (наука о знаковых системах), оперируют знаковыми единицами вербальной либо невербальной информации — «маневрирование» знаками и в целом знаковыми системами (например, визуальными и аудиальными знаками в их сочетании) дает возможность обеспечить действие организующих смысл приемов, поскольку «фиксирует» социальную реальность в сознании реци-

пиента, но в такой форме и с таким содержанием, которое необходимо в данном случае. Использующие симулякры виды рекламы предполагают создание имиджевых единиц (образов представителей элит, политических деятелей). Иконические, индексационные символические знаки задают лишь первичную систему координат, над которой «трудится» манипулятор-имиджмейкер, вмешиваясь в содержание реальности (и зачастую — изменяя его) в нужном для него направлении.

Использование этих приемов предполагает символическую организацию коммуникативного пространства, где разнообразная символика (в широком смысле) создает возможность переориентировать внимание собеседника (аудитории) на другие социальные объекты либо изменить их интерпретацию.

Наиболее сложным элементом системы знаково-символической коммуникации являются социальные стереотипы, которые, означая социальный объект, фиксируют в сознании определенные каноны восприятия, а значит, обуславливают типичные шаблонные реакции (и шире — поведенческие реакции реципиента в определенных ситуациях). Поскольку социальные стереотипы воспринимаются чаще как **мнения**, которые разделяются широким кругом аудитории в целом, это позволяет достичь «сближения» с аудиторией, предопределяя и «подсказывая» привычные для реципиентов пути интерпретации реальности. Так рождаются **слухи**, «видение» обычных объектов в совсем ином ракурсе, нужные кому-то мнения и следующие за этим — **изменения в поведении**. (Особенно часто мы видим использование подобных приемов во время предвыборных кампаний [45].)

Упомянутые выше возможности манипулирования знаками, символами и стереотипами свидетельствуют еще и о неодинаковости ценностных изменений в интерпретациях социальной реальности. Определенные категории ценностной презентуют основную возможность (либо невозможность) манипулирования теми компонентами массового сознания, весомой составляющей которых являются ценностные ориентации личности [38].

Манипулирование происходит путем приписывания определенным объектам (событиям) неодинаковой ценности, подтверждения либо отрицания важности содержания информации о них и т. п. Как наиболее стойкая система установок, ценностная ориентация все чаще используется манипулятором в роли «ориентира» манипуляции. Привычные образы, опирающиеся на стереотипные модели поведения, представляемые как «поведенческие шаблоны» на индивидуальном либо групповом уровнях, традиции, нормы, элементы материальной и духовной культуры могут быть использованы для введения потребителя информации (реципиента) в нужный контекст. Здесь следует подчеркнуть, что аудиовизуальные образы часто несут в себе определенное социальное содержание, которое передается аудитории средствами массовой коммуникации. Конкретный социальный контент — от призыва до какого-либо предложенного коммуникатором поведения (поступ-

ка), например, участие в какой-либо желаемой акции (от рекламной — до более политически и социально значимой), присоединение к определенной группе, введение в определенное позитивное (либо, наоборот, тревожное) состояние, апелляция к определенным социальным чувствам, так называемая социальная перцепция и проч. Таким образом, сущность воздействия продукции массмедиа, особенно продукции электронных СМИ (ТВ и радио), основывается на следующем:

- скорость восприятия аудиовизуальных образов аудиторией;
- координация эмоциональных состояний аудитории в направлении, необходимом коммуникатору;
- манипулирование аудиторией с использованием определенных визуальных (либо аудиальных) образов или других приемов более глубокого проникновения в сознание аудитории;
- определение и акцентирование ожидаемых и социально «одобряемых» форм и актов социального поведения, предложенных коммуникатором;
- предвидение и создание прогнозируемых «социальных ожиданий» у массовой аудитории.

Среди функций современных СМК, которые, скорее всего, можно отнести к социально-регулятивным, можно указать:

а) стереотипизация: распространение и насаждение определенных социальных образцов, идеалов, стереотипов;

б) регуляция политико-идеологической и экономической ситуации в обществе;

в) функционирование и регуляция существования медиабизнеса как такового;

г) создание и преодоление конфликтов в социально-экономической и социально-политической сферах и т. п.

Уровень социальной адаптации — готовность принять те условия, которые диктует социальная реальность (в том числе медиареальность), либо сопротивляться ей. Таков, вероятно, главный индикатор современного «пользователя» и его возможностей в процессе «включенности» в информационное пространство. Так происходит и внутри журналистики как профессии: многим приходится изменять культуру своей деятельности, многие не поняли и/или не смогли овладеть спецификой Интернета. Во многих случаях это связано с тем, что, держа «синицу в руке», издатели побоялись погнаться за «журавлем в небе».

Пресса или другие массмедиа (независимо от того, на каких носителях они находятся) — это регулярные медиа, которые отличаются от стихийных медиа двумя основными качествами: первое — издание, относящееся к прессе, всегда официально зарегистрировано; второе, и главное, — всегда имеется некоторое лицо, отвечающее за содержимое этого издания, его редакционную политику (таким ответственным лицом является его главный редак-

тор). Для завоевания аудитории и определения своего «атрибутированного» места в массовом сознании остается совсем немного: остается удовлетворить потребность аудитории (публики) в качественном контенте, аналитике, серьезных размышлениях, творческом образном мышлении и тому подобное. А значит, и востребованность в профессиональных авторах подобного контента, мастерах слова — журналистах — продолжает быть актуальной. И дело не в названии: пресса не пресса, а дело в сущности этого понятия: **профессионализм**.

Стереотипизация поведения и мышления «под давлением» продукции средств массовой коммуникации и даже без него является заметным отличием поведенческих и коммуникативных актов (а проще — привычек поведения и общения), которые мы наблюдаем в первые десятилетия XXI века. Весьма показательным в этом плане так называемый кризис тридцатилетних, о котором говорят и пишут журналисты, психологи и социологи вот уже несколько лет подряд. «Серийными» жертвами цивилизационных ускорений становятся все более и более молодые, как пишет об этом корреспондент ELLE Ольга Сипливая. Сегодня так называемый кризис 30-летних, как ни странно, больше всего бьет (с точки зрения социологов) именно по группе хорошо образованных молодых специалистов, но менее всего удивляет их самих.

«Я люблю свою работу, честно. Я знаю, что занимаюсь своим делом, я больше ничего не умею, я достигла определенных высот и получаю достойные деньги. Но ежедневное присутствие, тот же стул, та же обстановка, стрессовые ситуации привели к тому, что меня просто тошнит. От жизни и от себя (Аня, 33 года).

Наш общий знакомый швед, который всего на год старше, только-только начал продвигаться по карьерной лестнице. Жалобы молодой успешной россиянки он искренне не понимает: как можно быть уставшим в 30? Во что в таком случае вы превратитесь через десять лет?

— Еще дожить надо! — хором отвечаем мы, подумавшая, видимо, что не доживем» [29].

Рубеж усталости в России сдвинулся к отметке «от 30 до 40», и это действительно пугает: если синдром хронического опустошения накрыл самую трудоспособную часть населения, что же будет с родиной и с нами? Такой вопрос задает журналист популярного журнала ELLE.

Синдром хронической усталости (СХУ) давно окрестили болезнью века — еще в конце прошлого столетия, но, разумеется, подобные состояния были известны и раньше. Вот только назывались таинственные заболевания неврастенией или ипохондрией, и диагностировали его в основном у «бледнолицых барышень», но то было в XIX в. и ранее... Всегда считалось, что мужчина, занятый делом, априори защищен от ипохондрии. Только в отличие от среднестатистического мужчины нашей эпохи представитель сильного пола прошлого, позапрошлого и позапозапрошлого века обладал... почти неограниченным временем.

Среди журналистов, находящихся на фрилансе, этот синдром менее распространен, нежели среди сотрудников информационных агентств и телерадиоканалов. Психологические нагрузки становятся все плотнее и изощреннее. Многие понимают, что это не может не отразиться на интенсивности творчества и, главное, на качестве текстов, создаваемых журналистом. Одной из самых болезненных для личности и для общества проблем стало непостоянство всего и вся. В современном мире задача-максимум *не создать что-то на века, а сохранить душевное здоровье*. «Синдром YAPPI», массово охвативший поколение тридцатилетних, и нескончаемый поток дауншифтеров (людей, которые будучи еще достаточно молодыми, уже достигшими карьерных высот, вдруг резко бросают бизнес, работу в фирме и «уходят от мира», якобы этим снижая «планку» своих притязаний). Психологи и антропологи пришли к выводу: усталость современного поколения тридцатилетних — это не блажь. Мы действительно устаем сильнее, чем наши прадеды, хотя физически работаем меньше. Все дело в психологических перегрузках, количестве информации, которую необходимо усвоить, и стремительном темпе жизни.

Сегодня журналисту мало уметь думать, надо думать быстро — это называется «эффективностью», и от нее все беды. Корреляция стремления быть эффективным и страха потерять работу в кризисное время дает необратимо плачевный результат — вот он, «невроз СХУ». Организм не выдерживает давления и требует изменений физического и морального климата, хотя бы просто на время обыкновенного отпуска. Как же быть, можно ли противодействовать этим тенденциям *«выживания любой ценой»* в ситуации жесткого и достаточно жестокого перфекционизма? Действительно, вызывающие подобные «синдромы» ситуации, например, когда главным редактором федерального журнала становится 22-летний выпускник факультета журналистики, трудно представить где-либо, кроме стран СНГ. Во всем цивилизованном мире в руководителях всегда ценится (и ценится) прежде всего ОПЫТ. У нас же на первом месте — амбициозность и обаяние. Офисы просто «разбухают» от молодых да ранних. Большинство студентов стационара вынуждены подрабатывать чуть ли не с первого курса.

В традициях европейцев и американцев после окончания детьми колледжа устраивать для них путешествия, чтобы они «посмотрели мир» и осознали себя в нем. Выпускники наших техникумов и колледжей начинают работать, нередко по еще не полученной специальности, и с 17–18 лет строят карьеру. Неудивительно, что к своему тридцатилетию они уже чувствуют себя, если не «загнанными лошадьми», то, по крайней мере, «лошадьми» вымотанными, заезженными, налицо — профессиональное выгорание весьма раннего порядка. О каком креативе и постоянной активности может идти речь? К 40 годам эмоциональное выгорание и кризисные явления обостряются: появляется желание бросить все и начать жизнь «с чистой страницы».

Если исходить из того, что 33 года — «возраст Христа» — является достаточно важным рубежом в судьбе каждого человека, то тем, кто достиг этого рубежа, не миновав СХУ, «открывается истина»: а) счастье мимолетно; б) жизни, полной блаженства, не существует; в) нужно искать удовлетворение в чем-то другом или по-другому строить свои отношения с миром. Вот тут и начинается борьба с самим собой; конечно, она не всегда заканчивается «падением» в дауншифтинг. Возможно, причиной распространения синдрома хронической усталости, охватившей на стыке тысячелетий в том числе и поколение тридцатилетних, оказалось ощущение «тщетности бытия»? Для журналистов этот период особенно важен, т. к. формирование творческого «лица» как раз и попадает на этап карьеры в возрасте 28–30 лет.

Следующим **«проблемным моментом»** в восхождении к освоению благ информационного общества является обустройство собственной жизни, при наличии дистанционной работы: в IT-компаниях, онлайн-школе или других формах «онлайн-трейдинга». Таких принято называть апшифтерами — это люди, которые сбежали из суровой действительности в альтернативную реальность, но, вместо того чтобы предаться праздному «ничегонеделанию», засучили рукава и начали строить — дом, бизнес, семью.

Нельзя дать внешней свободы больше, чем ее есть внутри. В этой слегка перефразированной герценовской мысли выражена суть проблемы. Когда человек переживает стресс, он лишается сил, снижается уровень деятельной креативности. Психологами (в частности, эти признаки синдрома «выгорания» исследовали Д. Маски, Д. Л. Гамильтон и др. (D. Maskie, D. L. Hamilton, etc.) [51]) давно установлено, что приобретается «вредная привычка» постоянно сравнивать свои позиции с достижениями других. Действительно, в самой идее дауншифтинга заложен факт побега; и в этом присутствует что-то пораженческое, не хочется быть трусом или трусихой (и, прежде всего, в собственных глазах). Но главное: нерешенные проблемы все равно не оставят своего «давления», как лишний груз в походе, который давит, а пользы не приносит; смена декораций поможет снять стресс, изменить настроение к лучшему, но «свободы больше, чем ее есть внутри» не станет.

Как связаны реальные моменты жизни с «гиперреальностью» массмедиа? На этот вопрос дать ответ одновременно и легко, и трудно. «В этом нет какой-либо причинно-следственной связи: ведь совсем не потому, что земное пространство сегодня виртуально выражено с помощью кода, нанесенного на карты, переписанного, насыщенного, а значит, как бы замкнувшегося в себе, вследствие глобализации, — универсальный рынок, рынок не только лишь товаров, но и ценностей, знаков, моделей, не оставляет ни капли места воображению» [5, с. 178]. Часто отождествление себя со стереотипными представлениями о других, в том числе о другом возрасте, статусе или просто о том, что мы обязаны НЕЧТО «must have» или «must read», порождает так называемые *стереотипные иллюзии*.

Исследования психологов [43; 45; 51] говорят о том, что мотивация находить упорядоченность и предсказуемость в окружающем мире может повысить вероятность формирования иллюзорных корреляций, что становится первой «меткой» личностного кризиса. Человек, который живет наполненно, если ему есть о ком и о чем заботиться, что и кому сказать и для кого сделать, вряд ли подпадет под действие кризиса, описанного выше. «У индивида, испытывающего эмоцию интереса, существует желание исследовать, вмешаться, расширить опыт путем включения новой информации и подойти поновому к лицу или объекту, возбудившему интерес» [50, с. 29]. Характерно, что уже лет двадцать назад на Западе привычка долго (более 2 часов) смотреть телевизор считалась дурным тоном и свидетельством «нездорового» образа жизни. Второй меткой личностного кризиса является «уход от действительности» в виртуальность. А третьей — поглощение и вечная нехватка времени (о чем говорилось выше), которым мы так дорожили ранее и «проглатывания» которого мы теперь просто не замечаем, ведь «проглатываем» его не мы, а компьютер или телевизор.

Что такое «карамболь»?

В одной радиопередаче о словах в эфире разыгрывался вопрос, где «главным приколом» выступало слово *карамболь*. Обыкновенное французское слово, почти не подвергшееся фонетическому освоению русским языком, практически без изменений сохранившееся и в русском, и украинском произношении. Но «прикол» был в той радиопередаче в другом: слушателю не предлагалось вспомнить его смысл и вообще понять это слово; слушателю надо было выбрать из четырех вариантов лишь тот, который к этому слову совсем не относился, т. е. не имел с ним вообще никакой смысловой связи, а, собственно, *понимать* это слово вообще *не требовалось!*

Насколько типичной может считаться эта игровая ситуация, решать читателю, но она действительно может рассматриваться как модель современных медиакоммуникаций:

- а) предлагается некий текст (слово);
- б) предлагается выбрать то, что вам нравится и отделить то, что вам не нравится («залайка» — выражаясь сетевым сленгом);
- в) никогда не предлагается ПОНИМАТЬ то, что является СМЫСЛОМ данного слова (текста).

В середине XX в. (время теперь уже давнее) в идеологию пропагандистской модели, которой, в частности, придерживалось руководство и журналисты корпорации ВВС (British Broadcasting Corporation), была привнесена следующая формула воздействия на аудиторию: «Говорите правду. Говорите как можно больше правды. Никогда не говорите всей правды!» Вышеприведенная «схема» отсутствия трансляции СМЫСЛА многое говорит о состоянии современного языкового употребления в информационном пространстве.

Особенно «яркой страницей» является употребление терминологии, преимущественно иноязычной. Как

уже отмечалось выше, термины и терминологические сочетания являются достоянием научной речи и научных текстов. Когда же термины и научные понятия употребляются безграмотно, возникает позиция «дискредитации термина», его «разменивают», и он уже не сможет дальше во всем объеме выполнять возлагаемые на него наукой функции — определять (причем однозначно) тот или иной предмет, явление или свойство. Так, даже с телеэкрана и газетной полосы слетают такие названия предметов, которые можно встретить лишь в научных специализированных словарях; следующий пласт составляют специальные и профессиональные термины — разнообразные «антрацитные лавы», «отбойники», «подшвы» (имеется в виду термин металлургии) и т. д. Многим журналистам сложно удержаться от соблазна использовать неуказанные профессиональные термины и потрудиться заменить их словами, понятными большинству либо объясняющими суть предмета.

Но что же такое «карамболь»? Это, по данному словарю иностранных слов: «1) в бильярдной игре — удар своим шаром в несколько чужих; 2) бильярдная игра в 3 шара; 3) красный шар в бильярдной игре» [30, с. 220]. И необходимости пользоваться им кроме, собственно, бильярдной игры — вроде бы нет. Но оно «гуляет» по радио- и телепередачам, сайтам и прочим «облачным» медиа без всякой привязки к смыслу. Насколько типична подобная ситуация? Ответ на этот вопрос у каждого свой, но в целом мы все чаще наталкиваемся на отсутствие смысла не только в отдельных словах, намного хуже, когда мы не можем понять смысл действий и всего того, что с нами происходит...

Глядя на старые фотографии (особенно начала XX в.), всегда обращаешь внимание на величественно-одухотворенные лица. Ведь независимо от того, к какому сословию принадлежали их «носители», будь то художник, разночинец, ремесленник или военный, к его фактуре относились с большим пиететом, запечатлевая каждое изображение на фото НА ВЕКА. А что запечатлено на наших «мгновенных» фотографиях: обеспокоенность, «срочность» срочного фото — особенно если это фото документальное (а как часто кто-то теперь делает фото художественное?), небрежность и повседневность в прическах, выражении лиц, а в глазах... Тот, кто не боится смотреть со сцены в глаза многомиллионной аудитории, идет работать на телевидение, а остальные — глядят в глаза фотокамеры либо на фоне «завоеванных» ими достопримечательностей в дальнем краю, либо на семейном торжестве, либо, при необходимости, для брачного агентства или другого «кастинга». К этому же нас причащает и само телевидение. Мы давно ушли от изысканности старой школы дикторов и телеведущих с их: а) голосами, б) внешностью, в) хорошо продуманным и качественно воплощенным гримом, г) прическами в стиле передачи, которую ведут, д) артикуляцией и владением интонациями, такими, что позавидовали бы оперные артисты... К сожалению, от этих традиций мастерства в наше время практически ничего не осталось. «Среда телевизион-

ного экрана — *среда безусловная* (курсив автора. — В. С.). То, что происходит за телеэкраном, — это происходит в Вашей комнате, это лишь продолжение ее за экраном» [26, с. 74]. Все, что происходит с массмедийным пространством (и с нами в нем и вокруг него) — это все дело НАШИХ РУК, и по мере распространения Интернета все больше и больше становится нашим ЛИЧНЫМ пространством, т. е. информационным пространством не ВОКРУГ личности, а *информационным полем* самой личности.

В *информационное поле личности*, входит два уровня информации:

а) информация, которая является составной частью общественного сознания;

б) информация, которой присуща уникальность, неповторимость, принадлежность конкретному индивиду.

Оба эти уровня имеют опосредованный характер, но первый принадлежит к категории общественного мнения, второй — индивидуального [33]. Главным образом модель поля отличается от системных моделей существования общества теоретическим обоснованием изменений и процессов именно как текущих, последовательных, а не дискретных, фрагментированных или разорванных. Действительно, если ввести фактор времени, то становится бесспорным, что между социальными процессами, отраженными в СМИ, и социальными изменениями, происходящими в рамках этих процессов, не может быть остановки. Так же, как во время «срезов» общественного мнения, не следует забывать, что это лишь «моментальное фото» определенного состояния общества, а расстояние между такими «срезами» будет всегда заполнено изменениями. Определяя перспективы формирования общественного мнения, философы и социологи (основатели социологии общественного мнения — Б. Грушин, Ю. Левада, В. Оссовский, В. Ядов) акцентировали внимание на том, что «стабильные субъекты общественного мнения» — это будущий (надеемся!) результат социальных преобразований на пути построения полицентричного открытого гражданского общества с присущей ему развитой и стабильной социальной структурой. Появились и стали уже обычными те условия общения, которые отличаются от межличностного, но формируются именно в *информационном поле личности*, ибо оно является порождением той новой сферы общения, которую «основали» и в котором продолжают активно действовать средства массовой коммуникации.

Сравнивая ситуацию середины прошлого века и положение той аудитории массмедиа, нехотя подчиненной «однаправленным», медицентричным, линейным, а по сути — пропагандистским медиа, действующим в рамках «негуманных» и «недемократичных» моделей воздействия, — с современными подходами, приемами, а чаще — просто отсутствием всяких приемов, доходящих до прямого пренебрежения аудиторией как таковой («реорле хавет» — это еще самое мягкое выражение такого сознательного наплевательства), можно легко прийти к выводу, что не только *мнение*, но и *мыслительные*

способности аудитории, собственно-то, режиссеров и авторов современных тиражируемых СМИ медиазрелищ (и текстов) вообще не интересуют.

Скорее всего, современный мир медиапроизводства интересуют (все еще) количественные показатели — рейтинги объемов аудитории, количество «кликов», посещений сайтов, веб-страниц и проч., но только не вопросы о том, а что же аудитория медиаканалов ДУМАЕТ и ДУМАЕТ ЛИ по поводу смысла предлагаемых ей материалов (и словесных, и визуальных).

Аудитория думает?!

Однозначно ответить на этот вопрос, к сожалению, тоже нельзя. Во-первых, думает (в привычном и глубоком понимании этого слова) — далеко НЕ ВСЯ аудитория. Во-вторых, тех, кто умеет профессионально изучать мнения, состав и поведение аудитории массмедиа, становится все меньше. (Действительно, «хлебным» это дело можно назвать лишь во время предвыборных кампаний.)

Но, отпустив с конца девяностых годов прошлого века «удила» интересов аудитории из своих рук, авторитарно настроенные медиа, к сожалению, до сих пор не нашли для себя ключ к пониманию аудитории сегодняшней и, к удивлению своему, обнаруживая падающие рейтинги и якобы «отвернувшуюся» от них публику, сетуют на низкий уровень «запросов аудитории»: мол, публика стала такой примитивной, что им-то или подавай все на блюдецке, или удивляй «жареными фактами», а рейтинга все равно не добьешься.

Знание и понимание интересов и запросов аудитории массмедиа подменяется в последние десятилетия так называемой фиктивной индивидуализацией: «В новостях, развлекательных программах и рекламе общая контрольная точка — моделируемый индивидуум. Это не настоящий человек как биохимическая, интеллектуальная социальная единица, но нечто сконструированное, соединяющее в себе черты “человека на улице”, интересующегося новостями; потребителя, нуждающегося в рекламе; бездельника, которого нужно развлекать» [4, с. 182].

Что касается «бездельника», то слухи о «подавляющем большинстве» таковых среди аудиторий массмедиа несколько преувеличены. Сегодня просто необходимо новое понимание агрегации признаков таких групп, которые раньше объединялись по социальным и демографическим параметрам и составляли так называемый социально-демографический портрет массовой аудитории. Сегодня интересуют «портрет» внутренних изменений такого сложного объекта, каким является аудитория СМИ, раскрывающийся системой показателей, создание которых опирается на понимание его комплексности и четкое представление о его структуре и функциях. К первой группе характеристик аудитории всегда относились количественные и качественные показатели, с помощью которых анализировалась внутренняя структура аудитории, относительно независимая от системы СМИ. Вторая специфическая

группа показателей характеризовала аудиторию в ее непосредственных контактах с материалами массмедиа, описывала сам процесс потребления продукции массовой коммуникации и до сих пор воплощается целым рядом количественных показателей контент-аналитических исследований и дискурс-анализа. Общие объемы аудитории и степень популярности канала фиксируются с помощью преимущественно рейтинговых характеристик, например, среди типичных индикаторов фиксируется количество аудитории, находящееся на определенном канале (если речь идет об электронных медиа), переходы аудитории с канала на канал, общие и средние объемы аудитории каналов в течение отдельной программы, суток, недели и т. п. Такие данные в основном касаются электронных медиа (телевидения и радиовещания), традиционно они получались с помощью мониторинговых (дневниковых) исследований или с помощью специальных устройств — «пиллметров» (или «аудиометров»). В последнее время спрос на результаты подобных исследований исходит преимущественно от рекламных агентств и соответствующих рекламных служб массмедийных каналов, а не от самих журналистов.

Сегодня состав аудитории скорее может определяться различными «интерпретационными» способностями, как это продемонстрировала в книге «Социокультурная динамика российской аудитории телевидения» И. А. Полуэхтова [21]. Причем все «пространство координат», в котором рассматривалась телеаудитория, располагается между противоположными полюсными позициями: «факты VS интерпретации» (для форм репрезентации реальности) и «простое VS рафинированное» (для степеней сложности репрезентации, т. е. восприятия телевизионного контента). Также делается акцент на важности интерпретаций и в авторской концепции информационного поля личности [33], и последующей разработке интерпретационных моделей субъектного восприятия современного медиапространства [32; 36; 37].

Изучение аудитории СМИ (или «медиа-исследования») может выступать как учебная дисциплина и специальность (будем исходить из того, что речь идет о содержании, истории и влиянии различных средств массовой коммуникации, в частности электронных СМИ, на массовое сознание, сознание отдельной личности и социокультурное пространство в целом). Все эти вопросы весьма неоднозначно представлены в теоретических и методологических разработках, но могут быть разделены на три взаимосвязанных направления: а) изучение производственного процесса (например, технологии и рынки); б) все уровни и виды социологического анализа; в) критика художественного стиля и эстетических форм (жанры, стили повествования и т. д.). Изучение «эффективности», даже попытки вывести так называемую «формулу эффективности», предпринятые Е. П. Прохоровым еще в последней четверти в XX в., отражали поиски возможности измерений «идеологического воздействия», т. е. приемов вли-

яния на публику, сосредоточенную в определенных группах аудитории СМИ, типов потребления ими медийной продукции и т. п.

И социологи, и психологи знают, что взаимоотношения между массовой коммуникацией и межличностным общением весьма сложны и многогранны. Эти два вида общения нельзя противопоставлять ни в коем случае. Различные по форме, они призваны взаимодополнять друг друга. Отдельно подчеркнем, что *не существует* эмпирических данных, которые бы свидетельствовали о том, что преимущество в информационном поле личности ориентаций на межличностное общение (например, через Интернет) более благоприятствует развитию личности, нежели ярко выраженное доминирование ориентаций на массовую коммуникацию. Это объясняется тем, что дело здесь не столько в форме общения, сколько в его содержании [33, с. 22].

Как с собственно психологической, так и с социологической точек зрения очевидно, что все, что связано со сферой массового сознания как новой сферой коммуникативных взаимодействий, требует особого внимания не только потому что она создавалась благодаря невиданному ранее развитию научно-технического прогресса и резкому росту информационных потребностей общества. Во-первых, значение этих процессов в коммуникативной среде повлияло на развитие не только самих массмедиа, но и сделало их необходимой составляющей жизни человека, неотъемлемым компонентом общения, которому каждый человек отводит значительное время и одно из первых мест среди типов проведения досуга. Во-вторых, без информационного обмена просто невозможным становится взаимодействие людей. В-третьих, вместе с этими процессами все более быстрыми темпами развиваются процессы совершенствования технологий в сфере массовых коммуникаций (в том числе компьютерных); расширяются их функции: как способа взаимосвязи, как способа обмена информацией и как способа нейтрализации дефицита общения на межличностном уровне.

Вторая половина двадцатого столетия прошла под лозунгом: «Создадим общество идеального потребления». Соответственно, воспитывая и возвращая «идеальных потребителей», общество предполагало сохранить и себя как структуру, обеспечивающую качество и культуру этого массового потребления. Но не тут-то было. Процесс потребления всего и вся пошел так быстро и зашел так далеко, что общество вынуждено было собирать себя «по кускам», а о *культуре потребления* (особенно в нашем постсоветском варианте) просто уже и говорить-то стыдно. Но, не научив потребителя быть культурным, общество обрекает его на вечное рабство перед своими прихотями и желаниями, которое оно же и провоцирует через медийную рекламу, мелкие и крупные маркетинговые уловки, заставляющие потребителя потреблять, а производителя — производить. Закон прибавочной стоимости еще никто не отменял, так что процесс «проглатывания» потребителя производителем бу-

дет продолжаться, ибо насытиться прибылью еще никто и никогда не мог, как пишет о них Говард Рейнгольд, «самый важный вопрос по поводу этой новой перемены в связке власть — знание состоит в том, подготовит ли она почву для противодействия, что удивило бы Адорно, Хоркхаймера и Бодрийера, или же это очередной симулякр, симуляция противодействия тем, у кого на руках все “бабки”» [25, с. 277].

Та же ситуация возникает и в отношении пользования информационным пространством и распространяемыми там «продуктами» СМИ. С появлением Интернета ситуация лишь внешне изменилась, сменив названия: аудиторией печати, радио и телевидения были потребители, а вот аудиторией Интернета стали «пользователи». Действительно, создается иллюзия, что они сами себе хозяева. В теоретических разработках мы видим субъекта «новых медиа» именно таким.

Субъект современных медиакommunikаций способен выступать в процессах медийного дискурса основной порождающей смысл фигурой (или структурой), а совокупный коммуникатор — как олицетворение системы массмедиа. Таким образом, в коммуникативном поведении реципиента, который формирует свое информационное поле, проявляются определенные интенциональные элементы, обозначенные нами как осознанный поиск информации («автономия ума») и «аутентичный информационный выбор».

«Чайники» и «карлсоны» (о профессиональном сленге)

*Ты возьми меня с собой...
Из песни Аллы Пугачевой*

Если спросить у завязанного компьютерщика: «Как давно вы дарили цветы женщине?» — он наверняка сочтет вас едва ли не сумасшедшим. Но если вы предложите ему создать «электронный букет» из изображений цветов в «фотошопе» и отправить его на e-mail, допустим, его хорошей знакомой N, то он, вероятнее всего (правда, поворчав и посетовав на нехватку времени), все же согласится. Привычка общаться со всем окружающим миром, не вставая с компьютерного кресла, постепенно становится одним из самых распространенных «гиподинамических заболеваний» на планете. При этом нам всем известно, что происходит с нашим «Я», если им полностью овладевают привычки... Картина не из приятных. Но активного желания бороться с порождаемыми компьютером (или лучше сказать «компьютероманией») привычками — медленно, но верно переходящими в различные психосоматические расстройства, — пока не наблюдается. А расстройств этих, и тем более провоцирующих их причин, становится все больше. Это и отсутствие достаточного количества кислорода в помещениях, где мы работаем (не забудем, что компьютеры тоже его «потребляют»); и перегрузка среды обитания компьютерщика различного рода электромагнитными полями, интерферирующими и чаще всего усиливающими друг друга, создавая

тем самым такое насыщение электромагнитными колебаниями вокруг, что это начинает сказываться и на работе сердца, кровеносной системы и других органов (имеющих пульсацию, а значит, и амплитуду и частоту этих пульсаций, на которые влияют электромагнитные поля).

Задумывались ли мы когда-нибудь, почему людям со стимуляторами сердечной мышцы ни в коем случае нельзя носить магнитные браслеты и прочие магнитные украшения, которые так много в последнее время у нас пропагандируются. А почему же у нас не распространяют подобных инструкций и для компьютерщиков, проводящих, «не отходя от станка» или от «электронного друга», практически все свое время, отрываясь лишь на еду и сон, которые в идеале должны «подаваться на блюдечке» тут же — к компьютерному месту. Вот это была бы «райская жизнь»!

Два вышеприведенных типичных эпизода «сфотографированы» с натуры, и в этом тоже и глубина, и масштаб проблемы: ведь осложнения со здоровьем «подкрадываются» незаметно, а жизнь в виртуальном мире — это все-таки ЖИЗНЬ, и ее надо поддерживать.

О том, что в компьютерной среде обитания все же преимущественно «обитают» люди, нежели машины, как ни странно, свидетельствует так называемый компьютерный сленг. Ибо нет более **человеческого** качества, чем чувство **юмора**. А оно у большинства компьютерщиков есть, иначе не появлялись бы смешные словечки типа: «винда» — вместо Windows, «комп» — вместо компьютер, «чайник» — начинающий разбираться, как «оно» работает, «карлсон» — вентилятор в компьютере, или точнее — системном блоке (который «чайники» называют «процессором») и т. д. Среди интернет-терминов, например, можно встретить, кроме слов «блог», «пост», «life journal» («живой журнал»), «теги», «твиты», «лайки», «расшерить» (что на сленге компьютерщиков значит распространить, разослать) и пр., не говоря уже о названиях сервисов и мобильных устройств (смартфоны, айпады и т. д.).

Создаются целые «семьи» терминов и понятий компьютерного сленга, из которых можно составить уже небольшой «гlossарий»:

- фолловить (англ. follow — отслеживать, следить) — быть подписанным на ленту одного из пользователей «Твиттера»;
- фолловер (англ. follower — тот, кто следит, отслеживает) — пользователь «Твиттера», который следит за чьей-то лентой, подписан на нее;
- твит (англ. tweet) — сообщение в «Твиттере» длиной до 140 символов;
- твивент (англ. twevent — твиттер-встреча) — встреча пользователей «Твиттера» в реальном (не виртуальном) пространстве. Событие должно иметь определенную программу и организаторов;

Facebook — веб-сайт популярной социальной сети, который начал действовать с 4 февраля 2004 г. Основателем этого чисто компьютерного сервиса является Марк Цукерберг (Mark Zuckerberg). По со-

стоянию на сентябрь 2012 г. сайт насчитывал более 1 миллиарда активных пользователей, причем более половины из них пользовались им через мобильные устройства. По данным сайта Alexa.com, в 2012 г. Facebook являлся седьмым по частоте посещаемости сайтом в Украине и вторым по посещаемости сайтом в США.

При этом привыкший к освоенным родным языком иноязычным словам- «вкраплениям» типа «нокаут», «призер», «экскурсия», «трамплин» и т.д. человек по-настоящему культурный и образованный не станет излишне перегружать и усложнять свою речь иностранными заимствованиями либо просто кальками, тем более если в родном языке есть соответствующие этим понятиям слова.

Интернет-ассоциация Украины опубликовала исследование интернет-аудитории Украины, которое провела компания Factum Group Ukraine [10]. По их данным, собранным на базе медиапанели численностью 5000 человек, самыми популярными сайтами в 2018 г. оказались Google (84%), YouTube (73%), Facebook (55%), Wikipedia (38%), «ВКонтакте» (31%), Instagram (30%), Ukr.net (26%).

Наше «умение читать» эксплуатируется не только интернет-сетями. Оно (по убывающей) присутствует и в нас самих как способность воспринимать информацию, «написанную» как минимум двумя каналами: зрительным и мыслительным. Такое качество информации, как ПРИЕМЛЕМОСТЬ, здесь вообще не рассматривается. А ведь именно это качество либо позволяет нам ПРИНЯТЬ какую-то информацию, усвоить и воспользоваться ею в будущем либо нет.

Когда в середине последней четверти XX в. Ю. М. Лотман, ученый- семиолог, литературовед, в одной из своих известных книг «Культура и взрыв», описывая явление семиосферы, указал, что «одна из основ семиосферы — ее неоднородность» [18], тогда никому и в голову не приходило, как он был глубоко прав. Ведь он имел в виду пространство значений в целом. Очень близок — в понимании всего информационного пространства — к понятию «семиосфера» также термин «ноосфера» В. И. Вернадского. Охватить это пространство «неоднородности» помогает *системный подход*, согласно которому отдельные составляющие общественного пространства (социума) и являются в совокупности обществом, а виртуальная коммуникация, благодаря системе сетей, делает действительно связь общества воедино.

Виртуализация компьютерного мира создала принципиально новую ситуацию во многих сферах жизни [25]. Информационные технологии (компьютер, сети и тому подобное) — как определенный способ производства и новая сфера потребления — *затягивают* человека в свои «сети», причем затягивают с такой силой, которая в ряде случаев становится необратимой. Компьютеризация и появление виртуального пространства стали важным аспектом дискуссий в социологии и психологии. Так, в отрасли экономической социологии поднимаются проблемы собственности, присвоения благ, актуализации теорий позднего капитализма.

Историко-материалистический подход видит в компьютеризации продолжение революции в производственных силах. Киберпространство — третья большая форма всемирной экспансии капитализма, пишет Ахим Бюль [48]. В книге «Виртуальное общество» он развивает свои положения теории виртуального социального пространства.

Социокультурный подход дает возможность изучать виртуальный мир как субкультуру или маргинальное явление. В прикладном культурном плане кино и телефильмы с компьютерной графикой и спецэффектами (сжатие пространства, например, присоединение свойств дополненной реальности и пр.) предоставляют новые качества и возможности влияния на людей. Современные авторы рассуждают также об угрозах виртуальной экспансии. Так, в книге Э. Тоффлера «Третья волна» [40] обсуждаются векторы развития компьютерных технологий и угроза нивелировки и угасания межличностного общения и взаимодействия, герметизации и виртуализации человеческого разума.

Опасения, касающиеся «уплощения» и упрощения мыслительных усилий, надо сказать, не совсем обоснованы. Иначе у нас не появились бы «чайники» и «карлсоны», «юзеры» и «сисадмины», «клавы» и «видяхи», «эникейщики», «линуксойды» и др. Зачастую значение этих терминов — полусвоенного языка, т.к. они пребывают в основном в сленге компьютерщиков — иногда не знают даже «спецы» в компьютерном мире. Если один человек говорит другому: «Будем стряхивать твою винду», а другой отвечает: «...и сливать твою Висту» или «будем фиксировать багов» — при этом, если они отлично понимают друг друга, еще не все потеряно: коммуникация состоялась. Но когда они уже не могут «перевести» и объяснить третьему, что они собираются сделать, вот тогда следует беспокоиться — насколько компьютерный сленг стал их вторым «я» и насколько глубоко и далеко вытеснил литературный язык, которым они пользовались раньше. Судя по количеству грамматических и лексических ошибок в Интернете, вероятность того, что действительно *вытеснил*, очень велика, причем — глубоко и надолго.

Бильярдный шар (точность словоупотребления)

Хорошо известно, что принятие, утвердительный ответ и неприятие (т.е. отрицательный ответ) могут быть выражены разными словами с разной степенью убедительности. Именно в этом сказывается часто «неосознаваемая» говорящим точность словоупотребления. Чувство «нужного» слова хорошо развито у писателей, журналистов — людей, постоянно имеющих дело с созданием текстов. Когда же в сетях стали появляться тексты, созданные «любителями», тогда мы и ощутили на своей «шкурке», что точность *слово- и формоупотребления* не пустое дело: за этим стоит точность понимания текста и точность выражения мысли.

Язык всегда был независимой, самодостаточной — «аутопойэтической» (по выражению Н. Лумана) — системой. Языку, в общем-то, все равно, как

мы им будем пользоваться. Неграмотные, неподготовленные и непонятные тексты эпоха не сохраняет. Вряд ли сейчас кто-то сможет сделать анализ наиболее распространенных грамматических ошибок, к примеру, XII века. Однако существует серьезный «водораздел» между людьми, которые ошибки ЗАМЕЧАЮТ, а сами стараются их НЕ ДЕЛАТЬ, и другой группой людей, которые ошибки ДЕЛАЮТ, но при этом практически их НЕ ЗАМЕЧАЮТ, тем самым превращая свою речь в замусоренный сток плохо «проходящих» по нему слов. Самое опасное для существования и развития языка — это то, что у нас этот «водораздел» обрел за последнее время возрастные характеристики: среди людей, без оглядки, легко и непритязательно делающих массу языковых ошибок, — преимущественно молодежь; среди людей, которые следят за речью, умеют выразить свою мысль грамотно, понятно и даже привлекательно и интересно для окружающих, — большинство представителей поколения, получившего среднее (а иногда и высшее образование) в советский период, когда языковой подготовке на всех уровнях и этапах образования уделялось намного больше внимания. В советский период внимание акцентировали именно на грамотности, стиле, логике изложения, произношении (артикуляции), интонационном построении речи, на других инструментах владения языком, столь необходимых для поддержания коммуникации.

Взаимное понимание есть ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА любого общения. Без взаимного понимания невозможно ни организовать ни одного мероприятия, ни провести серьезную масштабную кампанию, ни построить завод... Промоутерами лучших образцов литературной речи в течение последней четверти двадцатого века принято было считать средства массовой коммуникации. Для них специально готовили журналистов, редакторов, комментаторов, которые, попадая в профессиональную среду, сами иногда «подтягивали» свое владение языком до необходимого уровня, требуемого телеканалом или радиостанцией. Даже известные ведущие радиостанции «Эхо Москвы», эпатаживавшие публику в конце 90-х, делали это на уровне высочайшего владения устной речью, что было составной частью их профессионализма.

«Впечатление о человеке может быть легко разрушено его безграмотной речью», — этому обучают в школах ведения бизнеса, на тренингах по лайфменеджменту и т.д. Во все времена владение языком было «зеркалом Ума», так же как выражение глаз — «зеркалом Души». Постулаты великих лингвистов прошлого остаются в силе и сегодня: «...взаимное понимание не есть перекладывание одного и того же содержания из одной головы в другую, но состоит в том, что лицо А, связавшее содержание своей мысли с известным внешним знаком (движением, звуком, словом, изображением), посредством этого знака вызывает в лице Б соответствующее *содержание* (курсив автора. — А. П.)», — писал знаменитый филолог А. А. Потебня в своей книге «Эстетика и поэтика» [22, с. 256].

Весьма показательно использование в быденной речи редко употребляемых, архаичных оборотов родного языка. Пытаясь говорить так, как не говорит никто из окружающих, человек намеренно стремится выделиться, подчеркнуть свою исключительность. Так, правда, легко попасть в неловкое положение. Недавно на улицах столицы был проведен нехитрый эксперимент. К случайным прохожим обращались с использованием слова, указывающего на «чрезвычайную уважительность» еще в начале минувшего века: «любезный». Большинство почувствовали себя оскорбленными и отреагировали с негодованием. Забавный эпизод этого опыта произошел в магазине, когда экспериментатор обратился к румяному продавцу: «Любезный, а свеж ли хлебушек?» В ответ прозвучало: «Не извольте беспокоиться, милостивый государь, — хлебушек завезли намедни-с...». Оказалось, что за прилавком стоял выпускник филологического факультета, который явно заглядывал в «Словарь синонимов» Н. Абрамова, где как раз и упоминаются значения слова «любезный» — вежливый, ласковый, милый, приятный [31]. Нетрудно представить, какой ответ прозвучал бы в других девяти случаях из десяти.

Даже самые заурядные слова, обычные в повседневной речи, могут быть очень показательны. Взять хотя бы манеру соглашаться или отрицать. Сухое «да» приобретает больший вес, превращаясь в «совершенно верно», «правильно», «точно» и пр. На следующей «ступеньке» согласие окрашивается одобрением: «отлично», «очень хорошо», «замечательно». При переходе к еще более высокой степени — одобрению, согласие становится личностно окрашенным — ведь похвалой человек стремится выразить не только свою рациональную оценку, но и позитивное эмоциональное отношение к другому: «чудесно», «как всегда — великолепно», «восхитительно». Высшей степенью согласия — безусловным принятием — хотят сообщить другим о своей полной восторженности, чувстве одобрения и тем самым — о способности к наиболее полному выражению положительного впечатления. В этом случае звучат превосходные оценки — «безусловно, прекрасно», «отлично», «здорово», «чудесно», «просто с ума сойти...!» и т.д. А что значит призыв «Отдыхай ХАРДОВО!» или слово «хипстер» в современной рекламе банка, этого предположить даже владеющий компьютерным сленгом хакер не сможет, т.к. на его языке «хардвер» — это «железо», т.е. все в компьютере, что не относится к «софтверу» (т.е. к программному обеспечению, или «начинке»); слово же «хипстер» от жаргонного *to be hip*, что переводится приблизительно как «быть в теме»; слово это первоначально означало представителя особой субкультуры, например любителей джазовой музыки и пр.

В устной речи отрицание тоже может выражаться с разной эмоциональной наполненностью. Деловитое «нет» (первая, сама распространенная, стадия) возрастает ко второй стадии оценки по мере ее критичности: «неправильно», «исключено». На третьей стадии оно превращается в полное отрицание значимости сделанного адресатом: «плохо», «неразумно», «никуда не годится». На четвертой стадии рациональное от-

рицание переходит в субъективно-эмоциональное выражение: «полная ерунда», «отвратительно» и т. д. На высшей «точке кипения» отрицание выражается уже как негодование и отвращение, в ход идут любые уничижительные определения и даже грубости. Человек, часто срывающийся и употребляющий такие слова, словно демонстрирует, что неудовольствие стало его жизненной позицией, жизненным стилем, и его убажить или удовлетворить его запросы очень трудно. В менеджерских рекомендациях и учебниках по психологии управления вы найдете множество указаний на то, что до подобных «стадий» раздражения опускаться нельзя, следует быть выдержанным, иначе можно провалить дело (переговоры и проч.). Таким образом, по произнесенным несколько раз оценочным суждениям можно довольно быстро распознать, на какой эмоциональной стадии находится человек. Его установка может быть легко рассчитана по своеобразной «дифференциальной» шкале от «полного плюса» до «полного минуса» (например, от «абсолютно замечательно» до «отвратительно»). Необходимо обращать внимание и на то, что конкретный человек свое одобрение и неприятие обычно выражает в равнозначной степени (например, «плюс три» или «минус три») и редко отклоняется за эти пределы. И чем ниже эта ступень, тем больше оснований судить о высоком самоконтроле, сдержанности, эмоциональной уравновешенности. Для выработки подобных навыков существуют тренинги коммуникативной компетенции, предполагающие выработку навыков (переходящих в привычку) общаться спокойно, слушать собеседника, уметь настоять на своем и т. п.

В связи с вышесказанным напомним, что американский психолог Эрик Берн выделял в структуре личности три компонента: это — Родитель, Взрослый и Ребенок, которые живут в каждом из нас. Родитель стоит на страже консервативных ценностей, он строг и склонен к назиданиям. Ребенка отличает непосредственность, наивность, открытость, что нередко в его действиях оборачивается безответственностью и импульсивностью. Взрослый же рассудителен и справедлив, он умеет избежать авторитарности Родителя и безалаберности и импульсивности Ребенка. По мнению Э. Берна [3], в каждом человеке преобладает какой-то компонент и наиболее зрелой личностью следует считать того, кто сумел культивировать в себе здравомыслящего Взрослого. Такой человек в своих оценках, как правило, ограничивается двумя первыми ступенями выражения. Тот, в чьей личности преобладает Родитель, более категоричен, для него характерна третья и даже четвертая «ступеньки» эмоциональной «лестницы». Тот, в ком преобладает Ребенок, предпочитает крайнюю степень отрицания либо одобрения (детям свойственно проявлять максимализм). К тому же «ребяческая» позиция постоянно требует от окружающих подтверждения его самооценки. За аффективными высказываниями типа «с ума сойти можно» или «чушь несусветная» скрывается детское самолюбование, которое слушатели должны подтвердить непрерывным поддакиванием. Той же цели служат постоянно повторяемые призывы: «Вер-

но?», «Не так ли?», «Понимаете?». По сути, это беззастенчивые требования, чтобы слушатель на каждое банальное утверждение одобрительно реагировал: «Совершенно верно», «Вы очень умны, мы с вами совершенно согласны» и т. д. Неуверенность в себе, прикрываемая авторитарной нетерпимостью, сквозит в резких суждениях «ни в коем случае», «не может быть и речи», «ни при каких обстоятельствах». О стремлении преодолеть неуверенность и неопределенность сигнализирует часто употребляемое слово «просто». «Просто, я хочу тебя попросить...» — это означает, что на самом деле ситуация не так уж и проста, но ее хотят упростить, облегчить, снять напряжение или «увести» внимание от спорного объекта. Подобных примеров можно привести довольно много, однако ими не стоит увлекаться, ибо при этом возникает соблазн поспешного и поверхностного толкования. Важно помнить, что показательной является склонность к употреблению каких-то слов, проявляющаяся в их постоянном (и не всегда уместном) повторении. Слово или выражение, произнесенное лишь однажды, само по себе еще не может быть достаточным для глубоких психологических выводов.

Главное, о чем следует заботиться, слушая собеседника, стараться правильно понять, какой смысл он вкладывает в свои слова. Эта, казалось бы, очевидная задача на самом деле совсем не проста. Очень часто мы приписываем другому человеку наши собственные мысли и побуждения и бываем удивлены, если он имеет в виду совсем другое. Основное правило любого разговора: слушая, сосредоточиться не на себе, своих мнениях и оценках, а на собеседнике с его собственными взглядами, которые, вполне вероятно, отличаются от наших.

Даже безобидные на первый взгляд фразы зачастую могут стать серьезным барьером в разных ситуациях, например в продвижении по службе. Известный американский специалист по маркетингу Джон Р. Грэхем составил список выражений, употребление которых, по его наблюдениям, не позволило многим прилежным служащим сделать хорошую карьеру. Точность и уместность выражений и словоупотребления — залог высоких оценок ваших личных достижений. Если же вы сами хотите «все испортить», тогда можете почаще употреблять такие фразы, которые Д. Р. Грэхем считает «запрещенными», например, «*Этого мне никто не говорил*» или «*Мне и в голову не пришло...*» Обе эти фразы выдают человека, который не способен оценить ситуацию, или же того, кто не видит дальше своего носа. «*Я думал, что этим занимается кто-то другой*». Кому из руководителей понравятся такие ответы? Для любого из них это может означать: подчиненный делает только то, что ему поручили, он нисколько не заботится об общих интересах и даже о своем личном продвижении. Так что не следует забывать старый афоризм: «*Два типа людей никогда не добьются успеха — те, кто не умеет выполнять поручения, и те, кто умеет только выполнять поручения*» [49]. Даже безобидное с виду, но часто повторяемое «*честно говоря...*» создает впечатление, что до этого человек говорил неправду. Или же такое же

навязчивое выражение «если я хорошо понял...», которое характерно для способа мышления тех, кто не готов принять участие в совместной деятельности либо не хочет брать на себя ответственность.

Точность словоупотребления не только показатель грамотности и высокого уровня владения языком, но и показатель успешности. Ибо при проведении переговоров и при выходе в эфир на телевидении и радио, в публичных выступлениях и YouTube — везде необходима устная речь, которая должна быть и убедительной и грамотной.

Литература

1. Анненкова И. В. Риторика для журналистов: историко-культурный, теоретический и практический аспекты: учебное пособие / И. В. Анненкова. — М.: МедиаМир, 2013.
2. Аронов А. В присутствии эстетической реальности / А. Аронов // Телевидение вчера, сегодня, завтра. — М.: Искусство, 1989. — С. 22–38.
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. — СПб.: Лениздат, 1992.
4. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн. — М.: Логос, 2012.
5. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Бодрийяр Ж. — Режим доступа: http://royallib.ru/read/bodriyyar_gan/simulyakri_i_simulyatsiya.html#
6. Больц Н. Азбука медиа / Н. Больц. — М.: Европа, 2011.
7. Вацлавик П. Психология межличностных коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. — СПб.: Речь, 2000.
8. Вернадский В. И. Биосфера / В. И. Вернадский. — М., 1967.
9. Головаха Е. И. Тенденции социальных изменений на Украине и в Европе: по результатам «Европейского социального исследования». 2005–2007–2009–2011–2013 / Е. И. Головаха, А. П. Горбачик. — Киев: Институт социологии НАН Украины, 2014.
10. Данные исследования интернет-аудитории Factum Group Ukraine. — Режим доступа: <https://tech.informator.ua/2018/11/19/top-25-samyh-poseshhaemyh-sajtov-ukrainskogo-interneta>.
11. Дери М. Скорость уегания: Киберкультура на рубеже веков / М. Дери. — Екатеринбург: Ультра. Культура; М.: АСТ МОСКВА, 2008.
12. Долженко Е. Мои публикации / Е. Долженко. — Режим доступа: <https://www.ekaterinadolzhenko.ru/>
13. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — М., 2002.
14. Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг. — М.: Альпина Паблишерз, 2011.
15. Кошлякова М. О. Социальное пространство имиджа: монография / М. О. Кошлякова. — М.: ИНФРА-М, 2013.
16. Левитан Ю. О нашей профессии / Ю. Левитан // Диктору у микрофона. Сборник Гостелерадио. — М.: Искусство, 1983. — С. 57–83.
17. Леммерман Х. Уроки риторики и дебатов / Х. Леммерман. — М., 2002.
18. Лотман Ю. М. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. — М.: Гнозис, 1992.
19. Маклюэн М. Галлактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. — Киев: Ника-Центр, 2004.
20. Мирошниченко А. Когда умрут газеты / А. Мирошниченко. М.: Книжный мир, 2011.
21. Полуэхтова И. А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения / И. А. Полуэхтова. — М.: Аналитический центр «Видео Интернешнл», 2009.
22. Потебня А. А. Эстетика и поэтика / А. А. Потебня. — М.: Искусство, 1976.
23. Публицистика. Массовая коммуникация. Медиа-энциклопедия / Под общ. ред. В. Ф. Иванова. — Киев: Академия украинской прессы, Центр свободной прессы, 2007.
24. Рапай К. Культурный код: как мы живем, что покупаем и почему / К. Рапай. — М.: Юнайтед Пресс, 2010.
25. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Г. Рейнгольд. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006.
26. Саппак В. С. Телевидение и мы / В. С. Саппак. — М.: Искусство, 1963.
27. Сенкевич М. П. Культура радио- и телевизионной речи / М. П. Сенкевич. — М., 1997.
28. Симонов П. В. Темперамент. Характер. Личность / П. В. Симонов, П. М. Ершов. — М.: Наука, 1984.
29. Сипливая О. — Режим доступа: <https://www.google.com/search?q=Ольга+Сипливая+Elle&oq=Ольга+Сипливая+Elle&aqs=chrome...>
30. Словарь иностранных слов. — М.: Русский язык, 1981.
31. Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / Н. Абрамов. — М.: Русские словари, 1999. — Режим доступа: <http://www.sovslov.ru/tolk/lyubeznyix.html>
32. Сусская О. А. Интерпретационные модели восприятия современного медиaprостранства / О. А. Сусская // Теоретические и методологические проблемы современных наук: материалы VII Международной научно-практической конференции. — Новосибирск: Сибпринт, 2013. — С. 195–204.
33. Сусская О. А. Информационное поле личности. Формирование информационного выбора аудитории в условиях современной социокультурной среды: монография / О. А. Сусская. — Киев, 2003.
34. Сусская О. А. Межкультурная коммуникация в информационном обществе: монография / О. А. Сусская. — Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2013.
35. Сусская О. А. Образ коммуникатора в сознании аудитории / О. А. Сусская // Журналист: Социологические и социопсихологические исследования. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. — С. 141–150.
36. Сусская О. А. Социологические проекции личности: интерпретация — персонификация — виртуализация. Монография / О. А. Сусская. — Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2014.
37. Сусская О. А. Трансформации аудиторий СМИ как вызов современной журналистике (по материалам эмпирических социологических исследований) / О. А. Сусская // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. — Т. 24. — № 2 (174). — 2018. — С. 41–52.
38. Степин В. С. От классовых приоритетов к общечеловеческим ценностям / В. С. Степин, А. А. Гусейнов, В. М. Межуев, В. И. Толстых // Квинтэссенция: Философский альманах. — М.: Политиздат, 1992. — С. 4–46.
39. Телевидение в России в 2016 г. Состояние, тенденции, перспективы развития. Отраслевой доклад / под ред. Е. Л. Вартановой и В. П. Коломийца. — М., Федеральное Агентство по печати и массовым коммуникациям, 2017. — Режим доступа: www.farpmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/teleradio/main/custom/oo/.../file.pdf
40. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — М.: Издательство АСТ, 2004.
41. Тоффлер Э. Революционное богатство. Как оно будет создано и как оно изменит нашу жизнь / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. — М.: Профиздат, 2007.

42. Фомичева И. Д. Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. — М.: Аспект Пресс, 2012.
43. Цветков Э. А. Тайные пружины человеческой психики / Э. А. Цветков. — СПб.: 1995.
44. Цветова Н. С. Культура речи и основы ораторского искусства / Н. С. Цветова. — СПб., 2008.
45. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. — СПб.: Питер, 2000.
46. Юровский А. Я. Телевидение — поиски и решения. Очерки истории и теории советской тележурналистики / А. Я. Юровский. — М.: Искусство, 1983.
47. Яковенко А. О смысле жизни с позиций социологической рефлексии / А. Яковенко // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2011. — № 4. — С. 121–142.
48. Bűhl A. Die virtuelle Gesellschaft. Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen Cyberspace / A. Bűhl. — Oplangen, 1997.
49. Graham John. D. Advice to businessman / John. D. Graham. — Режим доступа: http://www.koob.ru/graham_jhon/
50. Evans R. The creative manager / R. Evans, P. Rassel. — New York, 1989.
51. Mackie D. M. Affect, cognition, and stereotyping: Interactive processes in groupe perception / D. M. Mackie, D. L. Hamilton. — New York: Academic Press, 1993.

Юрий Пущаев

Протоиерей Владимир Вигилянский: «Я бы никогда не стал разговаривать с тележурналистом Владимиром Познером»

Настоятель домового храма при МГУ во имя мученицы Та-тианы протоиерей Владимир Вигилянский долгие годы возглавлял пресс-службу Русской Православной Церкви. Сейчас он читает в Сретенской семинарии спецкурс «Священник в публичном пространстве», делаясь с семинаристами своим богатейшим опытом пребывания священника в медийной среде. Мы поговорили с ним о взаимодействии Церкви и СМИ в 1990-е годы и ныне, о забавных и интересных моментах его деятельности и о том, какой должна быть роль священника в медиасфере.

Антицерковная цензура в 1990-е была очень жесткой

— Отец Владимир, какова должна быть миссия священника в публичном пространстве, если он оказался во враждебной аудитории?

— Конечно, его задача — свидетельство об истине. Свидетельствовать об истине — вот то, чего так не хватает в современном мире.

Однако вот что интересно, если затрагивать тему враждебной или недоброжелательной аудитории. В советское время (я тогда еще не был крещен) я был диссидентом, то есть инакомыслящим. Эта инаковость в советские времена была фетишем в определенных кругах. Однако с течением времени выяснилось, что могут поменяться строй, политика, а диссиденты все равно остаются. Присутствие верующего человека на телевидении, радио или в СМИ сегодня непропорционально тем процентам верующих, что реально есть в обществе. И таким образом мы опять диссиденты, опять иные. По крайней мере, в медийной среде.

— На ваш взгляд, почему так сложилось? По идее, журналисты должны подстраиваться под население.

— В 1990-е годы все средства массовой информации перешли в руки либерального мейнстрима. Я сам, кстати, либерал — в том смысле, что очень спокойно отношусь к чужому мнению, даже антицерковному. Но я бы хотел честности этого мнения. Поэтому я также и антилиберал, когда либерализм становится идеологией, которая оказывается не менее тоталитарной, чем идеология коммунистическая.

Первое, что сделали либералы в 1990-е годы, придя в газеты и на телевидение, это введение цен-

зуры. Священнику не было места ни в одной газете, ни в одной передаче. Потом на НТВ через некоторое время стали звать священников, но лишь на роль мальчика для битья. А весь зал, вся аудитория была против. И это делалось специально.

Я, поскольку был журналистом, всегда отслеживал так или иначе хроники тех информационных войн, что велись против Церкви. Цензура в 1990-е была очень жесткая. Это было самое что ни на есть антиобщественное, антигражданское явление в так называемой демократической прессе. Самые большие оскорбления, которых удостоилась Церковь, имели место именно в 1990-е годы. И ответить ей было негде, ни в одном издании. Даже, скажем, в приложении «Религия» к «Независимой газете». Его тогдашний главный редактор Максим Шевченко, вроде признанный консерватор, нас не пускал. Нас, церковных людей, тогда травили стаей.

У Церкви благодаря интернету появилась возможность доносить свою точку зрения в медийном пространстве

Но потом случилась удивительная вещь: пришел интернет. Где-то в 2000 году у Церкви появилась возможность благодаря интернету доносить свою точку зрения в медийном пространстве. Между прочим, мы сидим в редакции сайта «Православие.ру», который появился примерно тогда же. И стало меняться очень многое. Если можешь поймать вора за руку, то это хороший сдерживающий фактор. Оказалось, что блокада и цензура не всемогущи, появились какие-то бреши. И все стало по-другому. Я когда-то написал статью, которая называлась «Информационное киллерство как жанр журналистики», где описал семь приемов именно киллерства, то есть запрещенной журналистики, как и какими способами пытаются уничтожить Церковь.

Также я написал книгу «Что это было. Весеннее антихристианское обострение» по итогам антицерковной информационной кампании 2012 года. Тогда она раздувалась в связи с известными танцами в храме Христа Спасителя, в том числе радиостанциями «Свобода», «Голос Америки» и т.д. Это была абсолютно спланированная ситуация, там все было построено на лжи. Заранее сняли танец в одном месте, потом на него наложили звук — домашнюю заготовку. И мгновенно растиражировали это по всему миру.

Все это говорит о том, что никого не интересовала реальность. Моя книга была написана в виде дневника (это такой жанр, не реальный дневник), как все происходило по дням. В ней я хотел обобщить те наблюдения, которые накопились у меня за последние 10–15 лет, относительно антицерковных информационных ударов или информационных войн.

Наше телевидение оказалось в руках дельцов, потому что приносит слишком большие деньги — Вы как-то сказали, что никогда не стали бы разговаривать с популярным тележурналистом Владимиром Познером. А почему? Вы считаете, что Познер по-настоящему не заинтересован в беседах?

— Я один раз с ним столкнулся непосредственно, когда обсуждали вопрос об общественном совете при телевидении, и тогда сказал, что о нем думаю. Там еще была мама Ксении Собчак Людмила Нарусова, Николай Сванидзе, Познер и много других известных людей. И туда, на большой круглый стол в «Президент-отеле», ради толерантности позвали вдруг и священника. Уже к концу обсуждения, когда оставалось мало времени и все спешили на обед, вспомнили, что у нас здесь есть представитель РПЦ священник Вигилянский, без чьего мнения обсуждение, наверно, было бы неполным. Они сидели уже два часа и попросили меня выступить очень коротко. Я спросил: «Сколько точно вы мне дадите времени? Дадите три минуты — я буду говорить три, дадите пять — я буду говорить пять минут».

Решили дать целых пять минут. Я сказал: «Вы здесь говорили про свободу слова. Про то, как ей будет помогать ваш общественный совет. Но он для этого совершенно не годится! Потому что общество, перед которым и от имени которого вы выступаете, вас ненавидит. Ненавидят ваше телевидение, ваше вранье и вашу цензуру. Вот, например, здесь сидит господин Познер. Как он был партийным человеком, членом партии с 1964 года, так им и остался, только сменил партию. Как он не пропускал на радио, на котором он работал, иные точки зрения кроме партийной, так и сейчас не пропускает. Он затыкает рты людям, которые думают по-другому, не дает им слова на своей передаче «Такие времена». Один из самых главных цензоров, который больше всех говорил о свободе слова, — это как раз господин Познер. И все остальные, присутствующие здесь, тоже. Ведь что, по сути, произошло здесь за два часа? Вы сказали: «Мы не любим общество и не хотим жить по его законам». Но и общество вас ненавидит. Потому что знает, что вы относитесь к нему как к быдлу. И поэтому люди вам не верят. Так, сколько у меня осталось времени? 45 секунд? Напоследок могу сказать, что это вообще бесполезная затея — создать так называемое экспертное сообщество из тех, кто сюда пришел. Потому что вы и есть создатели тех телепередач, которые должны оценивать эксперты, но вы не можете оценивать самих себя. Все. Я уложился в пять минут?»

— Дискуссия продолжилась или все ушли на обед?

— В ответ было полное молчание. Правда, ко мне подошел бывший министр по делам печати Михаил Федотов, мы с ним знакомы еще по журналу «Огонек», вместе работали в нем с 1988 по 1991 годы. Федотов сказал: «Как Вы замечательно выступили, как мне понравилось!» Вот такая была история.

— Но так ли уж сегодня ненавидят телевидение? Оно ведь гонится за рейтингами, за аудиторией, и многим такое телевидение нравится.

— Эта история была уже давно.

— То есть вы считаете, что кое-что на телевидении изменилось?

У нас манипулятивное телевидение — и в культурном смысле, и в политическом, и в идеологическом

— На мой взгляд, многое изменилось в лучшую сторону. Но все равно у нас манипулятивное телевидение — и в культурном смысле, и в политическом, и в идеологическом. Причем под видом почти абсолютной свободы, которой, например, на западном телевидении нет. Но даже под таким видом оно остается, как и на Западе, манипулятивным транслятором.

Само по себе телевидение — изумительный вид коммуникации, уникальный и богатый. Оно очень сильно отличается и от кино, и от радио по своему языку и методам эмоционального воздействия. Но наше телевидение оказалось в руках дельцов, потому что оно приносит слишком большие деньги. И там за деньги продается и покупается буквально все. В отличие от того же Запада, например Великобритании. Английская телекомпания BBC зарабатывает рейтинги в немалой степени на познавательных путешествиях и просветительских проектах. И поэтому про него можно сказать, что оно сохраняет респектабельность. У нас даже в голову никому не придет употребить это слово по отношению к отечественному телевидению.

У нас, кстати, и книжные издательства такие же. Солидные западные издательства будут только для своего реноме издавать книгу, которая не принесет дохода. А для наших издательств не нужно никакого реноме. Французское издательство «Галлимар» выпустит какого-нибудь странного писателя, который не принесет ему денег, но даст миру абсолютно новый взгляд и новый язык, отличающийся от других. А у нас это невозможно. Попробуйте в «Эксмо» или «АСТ» принести такую книгу. Открывать новые имена у нас крупные издательства не будут.

— А что дает реноме? Зачем оно вообще нужно?

— Оно дает респектабельность. Это ценность сама по себе и имеет в культуре свое слово. Есть незбылемые культурные ценности, которые очень важны. А у нас почти везде действуют лишь законы желтой прессы.

— Но есть же телеканал «Культура».

— Он существует скорее по остаточному принципу. На него даются какие-то деньги, чтобы не ругались, что у нас на телевидении полное бескультурье. А ведь раньше культура на советском телевидении была на всех каналах. Пусть их, каналов, было мало,

но на всех на них культура была. То же самое — и на радио. Их тоже раньше представить было невозможно без, например, симфонической музыки. Арии и увертюры из опер многие домохозяйки знали наизусть. Вообще советская власть сделала поразительную вещь. Это отметил еще философ Георгий Федотов. Дворянскую культуру, культуру дворянских писателей, писавших для дворян, она распространила среди всех социальных кругов.

Арии и увертюры из опер домохозяйки знали наизусть: симфоническую музыку все время передавали по радио. А что сейчас?!

Моя мама до войны училась в Вязьме. Там работал ее отец, расстрелянный потом в 1938 году. Она в Вязьме закончила школу, так мальчики из ее класса соревновались, кто наизусть выучит «Евгения Онегина» и сделает при чтении по памяти меньше ошибок. Вы представляете себе сегодня, чтобы в провинциальной школе все мальчики выучили наизусть «Евгения Онегина»? И Георгий Федотов говорил примерно тогда же, что пока в советской школе изучают русскую классику, еще не все потеряно, еще есть возможность возродить русский народ.

Но пришли демократы и убили то, что не убили большевики. Они убили сам принцип культуры, ее словесность, логосность — не только в смысле вербальности, чтения или еще чего-то, но прежде всего в смысле философском, когда логос понимается как смысл и сердцевина культуры.

А уже отсюда вытекает то, что в нашей культуре, в том числе на телевидении, уничтожен институт экспертов как таковой. Раньше были гласные и негласные эксперты. Союзы писателей, композиторов, журналистов — все это были помимо прочего экспертные союзы. Но были еще и негласные эксперты. Да, ты не лауреат Государственной премии, но негласно тебя переводят и печатают за границей. И к этому человеку снисходительней относились власти и Комитет госбезопасности. «Не будем его трогать», — говорила советская власть.

Демократы убили то, что не убили большевики: сам принцип культуры, ее логосность

А сейчас такие культурные институции уничтожены. Вот, например, был журнал «Новый мир» со своей четкой ролью в советской культуре. Но теперь это абсолютно постмодернистская структура, где на равных правах представлена чистая графомания наряду с талантливыми произведениями в поэзии, прозе и критике.

Зато у нас появилась новая профессия — «могильщики». Могильщики целых направлений в науке, в разных сферах культуры. Они уже много похоронили достойных вещей. А то, что пока не похоронили, похоронят обязательно.

Человек идет в подворотню, а там его поджидают четверо.

— **Получается, что священник может отказать какому-то человеку в разговоре?**

— Я все же имею в виду скорее не личности, а форматы. Я бы, например, не пошел к моему приятелю Норкину на его ток-шоу на НТВ, хотя оно все же

чуть отличается от других в лучшую сторону. Там хоть какой-то поиск истины есть.

— **Там время от времени даже дерутся.**

— Мы с ним много говорили на эту тему, поскольку являемся приятелями. Он признается, что все-таки не может понять, почему я не хочу приходить. Да потому, что жанр у него таков. А жанр, например, Ксении Собчак — это раздеть собеседника догола и поиздеваться над ним. Жанр Познера — не дать высказать человеку свое мнение, а заставить его думать так, как хочет он. Или прижать его к стенке, чтобы поймать на слове и противоречии и доказать, что его идеология или мировоззрение фальшивы и неправильны. Хотя это можно сказать почти про любого думающего человека, у которого бывают разные жизненные периоды, когда 10 лет назад он думает одно, а потом может оценивать ту же ситуацию иначе. Но главная забота Познера — дискредитировать человека в связи с его мировоззрением, если он не его кумир. А если кумир, то Познер будет поддакивать, искать то, с чем он согласен. Я в данном случае как журналист говорю, что это, мягко говоря, неправильная позиция.

Я уже не говорю о том, что он ненавидит Церковь. Так же, как и Собчак. Но я бы все же пошел и к Собчак, и к Познеру, если бы они позвали меня как эксперта и нужно было бы высказать церковное мнение. В этом смысле эти личности мне безразличны. Меня тут больше интересует зритель, интересуется, что тут можно сделать для просвещения аудитории.

Я в некоторых случаях как площадку для миссии использовал, например, радиостанцию «Свобода», потому что знаю, что ведущий Кара-Мурза старший держится нейтрально и дает возможность высказаться и другим. Но и тут важны некие домашние заготовки. Я ведь стреляный воробей и уже много раз был ранен. Он меня всегда звал на передачу, где у меня было три оппонента. И я на его передаче однажды так и сказал: «Вы знаете, Владимир, я уже четвертый раз на вашей программе. Вот вы более-менее нейтрально относитесь к тому, что я говорю, но вы на самом деле не нейтральный человек. Это же вы составили эту группу людей. Трое оппонентов против меня. Да плюс вы, который специально оставил меня отвечать “за всю Одессу”. Значит, вы четвертый в этой группе. Что же это получается? И как называется, когда человек идет в подворотню, а там его поджидают четверо — один руководящий и трое бойцов? Ответьте, пожалуйста, сами, как это называется».

Как радиостанция «Свобода» собирает экспертов? Чтобы весы обязательно были с тремя гирьками, и тогда та чаша всегда победит, перевесит. И я дальше сказал им, что зато у меня есть преимущество слабого человека «Меня слушатели будут больше жалеть, чем вас. Когда четверо бьют одного, народ всегда говорит, что это несправедливо, это нечестно. Поэтому всё, что здесь было на протяжении получаса, это нечестно, это несправедливо. Задавайте мне вопрос!»

Они стали передо мной оправдываться: «Мы вас не избивали. Честно высказывали свое мнение». Это было мило. Получилось настоящее шоу.

— **Но ведь в критике Церкви есть действительно справедливые упреки к церковным слушателям.**

— Не то слово. Но это как раз очень интересное доказательство того, что все эти кампании были искусственными. Если бы наши критики действительно знали, что происходит в церковном сообществе, то они бы действовали более умело, опираясь на реальные факты или тенденции, которые действительно имеют место. Но поскольку они судят со стороны, им приходится выдумывать.

Вообще, конечно, настоящий христианин в первую очередь скажет: «Простите, наверняка это я согрешил». Потому что его психология такова, что он действительно считает себя грешником. Я согрешил, потому что был невнимателен, у меня было каменное или ледяное сердце, я не оказал снисхождения или милосердия. Однако если мне говорят, что я украл, а я ничего не украл, то отвечать: «да, вы правы, это потому, что у меня ледяное сердце» — было бы довольно странно. Поэтому если и признавать свою вину, то только в том, что ты действительно сделал.

Я внутри Церкви, и я многое знаю. В том числе и какие-то неприятные вещи, которые действительно иногда происходят, потому что Церковь состоит из живых людей. Все могут оступиться и согрешить, в том числе и церковные люди. Но если ты видишь чей-то грех, то вообще-то в Евангелии сказано, как следует поступить: «Если же согрешит против тебя брат твой, пойди и обличи его между тобою и им одним; если послушает тебя, то приобрел ты брата твоего; если же не послушает, возьми с собою еще одного или двух, дабы устами двух или трех свидетелей подтвердилось всякое слово; если же не послушает их, скажи Церкви; а если и Церкви не послушает, то да будет он тебе, как язычник и мытарь» (Мф. 18: 15-17).

Да, Церковь — это сообщество грешников, которое собирается для того, чтобы каяться совместно в церковных Таинствах и церковных богослужениях. А «святые» ходят в консерваторию и театры, читают журнал «Вопросы философии» или, скажем, «Дилетант», или «Форбс». В церковь ходят грешники. И мы сознаём, что мы грешники, в отличие от тех людей, которые считают себя святыми. Ну что ж, мы согласны, что нас обличают в качестве грешников. Будем исправляться. Просим ваших молитв, кто нас обличает. Помолитесь и покажите свою святость в своем деле.

Из искусствоведов в священники

— **Если честно, давно хочу задать вам следующий вопрос. Отец Владимир, судя по вашей биографии и прежним местам работы (журнал «Огонек» в годы перестройки), раньше вы были человеком довольно либеральных взглядов. Сейчас же вы в публичном пространстве выступаете с весьма консервативных позиций. Что повлияло на вашу эволюцию во взглядах?**

— Это отдельная история, вкратце следующая. Для меня либерализм заключался, в первую очередь, в независимости. Я очень ценил людей независимых

и свободных. Это легко было видно в советские времена. Я тогда работал в Институте искусствознания, в секторе художественных проблем средств массовых коммуникаций. И когда видел, например, что человек не готов ради карьеры дежурно цитировать в своих статьях Маркса и Энгельса, то это был признак такой независимости и свободы.

Когда я работал в «Огоньке» в отделе литературы, у нас не было никакой цензуры внутри нашего отдела. Мы могли печатать что угодно. А если главный редактор Виталий Коротич сказал бы нам что-то типа «ой, мне не нравится в этом рассказе что-то», мы бы ответили, что не потерпим цензуру.

— **Так искусство главного редактора во многом и состоит в том, чтобы собрать таких журналистов, которые были бы его единомышленниками и свободно делали то, что ему надо.**

— Нет, правда. Например, у нас была антология советского рассказа, которую вел Бенедикт Сарнов. И там был весь XX век, писатели совершенно разных взглядов. Или антология русской поэзии Евгения Евтушенко — она была довольно разнообразной. Например, «Коммунисты, вперед» Александра Межирова — это же изумительные стихи. Там столько мощи! В публицистике, конечно, была тенденциозность и направленность. Но в литературе — нет.

— **Но все-таки как бы вы ответили на вопрос о том, как поменялось ваше мировоззрение с конца 1980-х годов?**

— Оно больше структурировалось, чем поменялось. Хотя, с другой стороны, как говорится, кто в юности не был свободомыслящим революционером, у того не было сердца, а кто к сорока годам не стал консерватором, у того нет разума.

Традиции и традиционность — это не идеи. Это способ передачи ценностей от прошлого к будущему

Понимаете, в чем дело. Традиции и традиционность — это не содержание чего-то, идей или мыслей. Традиция — это способ передачи ценностей от прошлого к будущему, способ сохранения и передачи культурных ценностей. Так строится семья, так строится общество, так строятся государство и народ. В юности мы об этом не задумываемся. Просто открываем учебники и читаем их, берем оттуда чужие знания, но не осознаём, что кто-то это сохранил, написал и собрал. Молодости свойственно заявлять, что ей что-то не нравится, что надо это выкинуть и сделать свое, совершенно новое. Но когда приходит жизненный опыт, ты уже не выкидываешь вещи. Потому что если выкинул, то думаешь потом: «Ну какой же я был дурак! Как же я не мог догадаться, что это мне может пригодиться в дальнейшей жизни!..» Приобретая опыт, мы становимся более традиционными людьми, сохраняя, впрочем, и любовь к новизне в определенных пределах. Мы, с одной стороны, становимся более терпимыми, с другой — более консервативными.

— **А какие события повлияли на вас в наибольшей степени?**

— В 1980 году я крестился. Я был уже сложившимся человеком: у меня было двое маленьких детей,

профессия. Я закончил к тому времени Литературный институт и работал литературоведом и литературным критиком, писал о поэзии. Потом, когда я поступил на работу в Институт искусствознания, я в своей научной работе был своего рода мостиком между новыми видами технических искусств и традиционными искусствами, особенно литературой. Я занимался проблемами функционирования литературы в технических видах искусства, например грампластинок. Одна из моих тогдашних статей называется «Поэзия фотографии». Она рассказывает о том, как символика фотографии стала использоваться в поэзии. И наоборот, как метафорика поэзии или литературы привносится в фотографию.

В целом я занимался проблемами взаимовлияния литературы и фотографии, кино, телевидения, СМИ. Я до сих пор иногда перечитываю свои статьи того времени. Как искусствовед я имел дело с проникновением нового в старое и сохранением старого для развития нового. Словом, это как у Юрия Тынянова — «Архаисты и новаторы». Это имеет отношение и к новому, к новаторству, и к старому, к консерваторам. Я и тогда отчасти был консерватором, отчасти новатором.

Но Крещение в 1980 году дало мне совершенно новый взгляд в том числе на все эти проблемы. Я воспринял религиозное мировоззрение так, что оно дало возможность проникнуть в новое измерение во всем том, чем я занимался. Это измерение получилось очень объемным, глубоким и внутренне просто неисчерпаемым. Я, например, поражался, что многие не видят никакой поэзии в Псалтири. А я видел, что в ней помимо прочего множество еще не освоенных

в литературе ходов и тропов. Или по сравнению с метафорикой Покаянного канона Андрея Критского какие, извините меня, могут быть акмеисты или символисты? Им плыть и плыть до этого острова и обживать его — всё то, что было у Андрея Критского.

Или что это за специалисты такие психологи и психиатры, которые не верят в существование души? Это тогда вообще лженаука, если не верить в существование души. Выяснилось, что у святых отцов было такое проникновение в психологию человека, которое давало возможность развить благочестие с умалением всякого рода страстей и грехов. Я увидел фантастическое богатство в аскетике, богословии, истории Церкви. Такое богатство, которого лишен человек неверующий. И все это, конечно, тоже очень сильно повлияло на меня.

— **Отец Владимир, возвращаясь к основной теме нашей беседы, так какой все-таки главный принцип позиции священника в общественном пространстве?**

— Ничего придумывать не надо. На все вопросы есть ответы в Священном Писании. Только надо уметь их найти. Все сказал апостол Павел: «Всё мне позволительно, но не всё полезно; всё мне позволительно, но ничто не должно обладать мною» (1 Кор. 6: 12).

И еще в другом месте Священного Писания: «Кто пренебрегает Словом, тот причиняет вред себе, а кто боится заповеди, тому воздается» (Притч. 13: 13).

6 декабря 2018 г.

<https://pravoslavie.ru/117671.html?fbclid=IwAR1Xb5xaTws-WZNvAIb9S8PrvjsQEbwctGB9auzhAUG2IK2lbiVPazijY1A>

Андрей Мирошниченко

Как изменятся функции журналиста в 2019 году

За что завтра будут платить в медиа, если известно, что digital изменит саму профессию так же сильно, как и отрасль? Переход СМИ в цифру обычно рассматривают с точки зрения бизнеса или технологий. Там в целом все понятно: технологии все лучше, а бизнес все хуже. Именно это обстоятельство все чаще заставляет работников медиа смотреть на свое будущее уже в ином ракурсе: с точки зрения личной стратегии. В каких структурах, форматах, проектах и пр. придется работать в ближайшем будущем, если традиционные СМИ лихорадит? Что нужно уметь и знать? За что завтра будут платить в медиа, если известно, что цифра изменит саму профессию так же сильно, как и отрасль?

Разделение труда в СМИ: новая эпоха

Первобытный человек был универсальным солдатом. Он мог сам сделать все, чем пользовался: от украшения до ножа. Он обладал знаниями во всех «науках», которые были важны: от медицины до астрономии.

Развитие ремесел и наук привело к специализации, а значит, и разделению труда. Современный человек должен быть специалистом в узкой области, чтобы продать свой навык. Но для получения конечного продукта нужны и другие специалисты, с другими навыками. Мало кто сейчас производит законченный продукт. Все лишь вкладывают свою частицу труда в общее производство.

Традиционные СМИ были классическим образцом разделения труда и специализации. Журналист писал, корректор правил, фотограф снимал, макетист верстал, бильд-редактор подбирал картинки, редактор все это собирал, типограф печатал, почтальон доставлял. Подобные структуры разделения труда и специализации были на радио и ТВ. Традиционная схема разделения труда в редакциях поломалась за последние 20 лет уже три раза. И привычная структура редакций, и представление всех участников о своем месте в ней и своих личных компетенциях поменялись драматически.

Сначала изменились технологии. Некоторые производственные звенья слились, другие вообще исчезли. Благодаря компьютерам низовые авторы и творческие начальники получили прямой доступ к базовым технологическим процессам — дизайну и верстке. Привычное разделение труда начало меняться.

Потом по организации труда ударили экономические обстоятельства: нехватка денег, сокращение штатов. Многие функции совмещались или вообще выводились из оборота. Пропали литературные редакторы, верстальщики стали сами искать картинки и делать цветокоррекцию, корректура ушла на аутсорс

или вовсе разделилась между редакторами и авторами. Качество отдельных операций, конечно, ухудшилось, но это оказалось не критичным для процесса в целом.

Наконец, блоги и социальные сети, то есть возможность прямой дистрибуции контента, нанесли завершающий (на данном этапе, по крайней мере) удар. Единицы медиаконтента, которые раньше могли достигать читателя только в рамках индустриального продукта (на страницах газеты, в выпуске радио- или телепередачи), теперь вполне могут попадать к аудитории самостоятельно, вне СМИ. Конечный мультимедийный продукт может быть сделан одним автором, редакция не нужна. Автоматизация процесса и простота доставки сделали автора субъектом, равным целой редакции. Медиаремесленник теперь может сам не только горшки слепить и обжечь, но и повезти их на ярмарку. И там они вполне будут конкурировать с горшками, слепленными на медиафабрике.

Все три процесса, казалось бы, повернули прогресс вспять. Вместо специализации и разделения труда в СМИ наблюдается универсализация. Это выглядит как движение обратно к первобытному человеку, мастеру-универсалу. Такой универсал может теперь сам и написать, и сделать фото, и сверстать, и доставить читателю.

Сам себе режиссер и редактор

В то же время нельзя сказать, что сами процессы стали проще и не требуют специальных знаний. Специализация и разделение труда остаются. Но теперь они привязаны не к старым процессам производства контента, а к новым цифровым платформам. Меняется структура компетенций. Каким именно образом — это сейчас один из главных вопросов для работников медиа, для журфаков, для редакций.

Окончательная структура компетенций применительно к производству контента в цифре еще не выработалась. И, видимо, окончательной она уже никогда не будет. Все время что-то будет меняться. Единственным устойчивым процессом будет процесс перемен. Но можно говорить о некоторых базовых тенденциях.

Тенденция 1. Переход от процессного подхода к продуктовому. Раньше специалист в медиа продавал свое умение, а теперь все больше — продукт. Особенно это касается журналистов. Раньше журналист добывал информацию и писал текст, на этом его сфера ответственности заканчивалась. В текстцентричной журналистике многие авторы даже не утруждали себя заголовками. Журналист излагал фактуру, а подачей занимался уже редактор, который переписывал или дописывал заголовки и структурировал текст для

лучшего восприятия читателем. У каждого был свой процесс, в идеале ведущий к общему продукту.

Теперь статья не текст, а проект. Поэтому успешный журналист в новой среде выступает автором не контента, а проекта. Для успеха проекта качество процессов важно, но вторично: первичны замысел и видение автором конечного результата. А процессы могут быть вовлечены самые разные — от написания текстов до подвешивания какого-нибудь опросника, помогающего вовлечь читателя. Продуктовый подход ведет к другому принципу организации труда, и это проявляется в следующей тенденции.

Тенденция 2. Совмещение авторства и менеджмента. Автор материала как проекта выступает одновременно и творцом, и руководителем. То, что раньше было компетенцией редактора, спустилось в производственной вертикали на ступеньку вниз и стало прерогативой автора. А можно преподнести эту перемену и ровно наоборот: в мультимедийной среде автор поднимается до уровня редактора.

В новой среде автор отвечает не только за разработку и изложение материала, но и за придумывание всех сопутствующих элементов: от текстовых подвесок и инфографики до мультимедийных форматов. Автор проекта становится исполнителем в той части работ, в которой имеет нужные компетенции, и заказчик там, где нужны специальные навыки, знания или инструменты, которых у него нет. Но и в этом случае он должен понимать, как они устроены и какой продукт от них надо получить. Расширение своих и понимание чужих компетенций проявляется в следующей тенденции.

Тенденция 3. Новая универсализация. Универсализм в медиа, как уже отмечалось, во многом подкреплен технологическими и экономическими обстоятельствами. Гаджеты и программы позволяют, а экономика заставляет журналистов делать многие вещи, для которых раньше потребовался бы отдельный специалист. Фотографии, инфографику, верстку, видео, аудио, распространение — все это можно теперь делать самому.

Для примера: 10–15 лет назад процветал такой бизнес, как создание сайтов. Созданием и поддержкой даже простеньких сайтов занимались отдельные специалисты и целые фирмы. Сейчас программы и платформы с понятными интерфейсами и богатым ассортиментом дизайна позволяют даже не сведущему в программировании человеку собственноручно делать и продвигать сайты. Сервис, которым заправляли люди, теперь осуществляется платформами.

Автоматизация будет прогрессировать, открывая неспециалистам доступ ко все более сложным технологиям, включая кино, мультипликацию, разные форматы интерактива, виртуальную реальность, дополненную реальность. Автоматизация позволяет автору собственноручно творить во многих форматах, которые еще вчера потребовали бы отдельного специалиста. Была бы идея.

Поэтому ключевым фактором становится не знание инструментов, а наличие идеи, виде-

ние конечного продукта и всех его составляющих. Многие элементы продукта автор может сделать сам. Что не умеет делать сам — может заказать специалистам. Но для этого автор должен уметь сформулировать для них техзадание. То есть надо знать, что и как они делают. Современный универсализм в медиа — это понимание всего ассортимента форматов, умение сделать базовые форматы и заказать узкоспециальные.

Универсализация ведет к обострению конкуренции. Если все могут все и владение инструментом перестало быть отличительной чертой, все труднее выделиться. В этих условиях на помощь приходит специализация — следующая тенденция меняющегося рынка компетенций.

Тенденция 4. Новая специализация. Новая специализация частично связана с новыми технологиями. Например, если автор умеет кодировать и/или работать с большими данными, то его проекты, построенные с привлечением этих инструментов, получают конкурентное преимущество.

Понятно, что темы его будут фокусироваться на big data и представлены будут в соответствующих форматах, скорее всего связанных с визуализацией данных. Coding, big data, data design вводятся в западных школах журналистики как обязательные элементы и скоро уже не будут преимуществом особо продвинутых журналистов.

В целом же специализация уходит от индустриального видения (владение узким навыком или инструментом) к постиндустриальному, или маркетинговому. Специализация теперь заключается в наличии своей «фишки». Какая фишка есть у этого автора и его медиапродуктов? Это может быть новый инструмент типа работы с big data или умения создавать вовлекающие тесты. А может быть и старый формат, например умение делать интересное интервью или репортаж из труднодоступных сфер. Важен сам принцип: на фоне тотальной универсализации компетенций нужна своя фишка, своя уникальная компетенция, которая будет придавать проектам уникальную добавленную стоимость.

Кстати, в мультимедийной среде по-прежнему востребованной фишкой остается умение написать текст. Запрос на текст как на фишку будет даже расти. Новые медиа рвут на куски и уничтожают не только длинное чтение, но и длинное написание. В социальных сетях письменная речь приобретает черты устной. Поддержка диалогом (контекстом), интонациями (смайликами) позволяет не утруждать себя выписыванием. Тексты распадаются на реплики и междометия. Никогда в истории не публиковалось столько черновиков, набросков и неотредактированной ерунды. Соцсети все это прощают и даже делают неизбежным. Значительная часть нашего повседневного письма, даже письма журналистов, теперь организована не порциями, под сдачу, когда надо дошлифовать и закончить, а потоком для соцсетей, когда можно не шлифовать и публиковать так, как написано с первого захода. В этих условиях навык связного, структурированного и законченного лите-

ратурного текста оказывается такой же специальной фишкой, как какое-нибудь умение программировать.

Деиндустриализация СМИ

Происходящие в медиа процессы делают автора более самостоятельной производственной единицей, менее зависящей от инфраструктуры редакции. Действительно, складывается впечатление, что в СМИ мы наблюдаем движение от индустриального производства к ремесленному. У этого процесса опять-таки два источника: технологический и экономический.

Снижение доходов заставляет СМИ экономить, принуждать сотрудников к совмещению смежных работ. От этого на рынке появляется все больше тренированных специалистов, способных производить медиапродукт самостоятельно. Развитие технологий, со своей стороны, создает для этого все возможности. Медиапродукт можно производить силами одного автора, если он обладает смежными навыками.

Еще Маклюэн отмечал сходство печатного станка с конвейером Форда. Каких-нибудь 10–15 лет назад СМИ все еще были исключительно индустриальным явлением. Создание СМИ было невозможно без жесткой и устойчивой производственной структуры с вертикальной интеграцией.

Сегодня же вполне возможны даже так называемые мономедиа, то есть СМИ, состоящие из одного журналиста. Технологически это несложно. И хотя у них свои проблемы, связанные с устойчивостью и психологическим выгоранием, но важен сам факт: индустриальный формат СМИ перестал быть единственным и обязательным.

Переход к ремесленной организации медиатруда, когда продукт делают артели, антрепризные группы или одиночки, вовсе не означает движение прогресса вспять. Наоборот, переход к такой форме труда вполне соответствует глобальным тенденци-

ям именно в креативных сферах, в так называемой экономике знаний. Эти тенденции в западной политэкономии описываются терминами *gig economy* (в данном контексте можно перевести как «экономика гонораров, экономика разовых подработок») и *precarious work* — неустойчивая занятость в различных проектах без постоянного трудоустройства. Эти виды занятости освобождают работодателей от бремени соцпакетов, делают экономику более гибкой, а рабочую силу более мобильной. Работникам они приносят больше свободы и больше нестабильности. Таков новый мир цифровой экономики, к которому надо готовиться и на российском медиарынке.

Деиндустриализация СМИ и прочие описанные выше тенденции приводят к тому, что создание стоимости в медиа теперь переходит от оргструктуры к автору. Для рынка это чревато катаклизмами, но зато открывает перспективы для автора, который сумеет вписаться в новый запрос на компетенции. Если журналист может работать в продуктивном подходе, управлять созданием контента как проектом, обладает универсальным видением и своими специальными фишками, то он будет востребован и в институциональном СМИ, и как самостоятельный подрядчик-фрилансер.

Будущее СМИ описывается не только перспективами рынка, но и динамикой компетенций. С точки зрения личной стратегии журналистам все больше надо смотреть не на рынок медиаорганизаций, а на рынок медиакомпетенций. Влиять на динамику отрасли невозможно, а вот развивать личные компетенции вполне по силам. Важно только знать, в каком направлении.

https://jrn1st.ru/journalist-functions-19?fbclid=IwAR3LpJN4_ryZgCIYXHGXfExcQfDqt6oUoqwhYjsqHjzmzco8iOzvDaq_Zozw



Наталья Козлова, Павел Пономарёв Пейзаж на фоне юбилея



Аннотация: в статье рассматриваются юбилейный номер художественно-публицистического альманаха «Университетская площадь» и спецвыпуск журнала «Подъём», вышедшие осенью 2018 года и посвящённые 100-летию Воронежского государственного университета. На основе рассматриваемых материалов авторы анализируют современное состояние университета и систему высшего образования в целом.

Ключевые слова: «Университетская площадь», «Подъём», ВГУ, юбилей, alma mater, образование, гуманизация, преподаватели, студенты.

Есть в слове «юбилей» что-то приторное. Не зря «юбилейный» хорошо рифмуется с «елейный», которое в переносном значении, согласно словарю русского языка, употребляется как «умильный, слащавый в обращении». Потому что издавна о юбилярах — неважно, живут они и здравствуют или ушли в мир иной — принято говорить только хорошее. А в наше прагматичное время счастливые обладатели круглой даты все чаще и чаще используют ее как повод для безудержного, хотя и ограниченного имеющимися финансовыми ресурсами, самопиара. И с точки зрения бытующих в современном общественном сознании представлений поступают правильно, поскольку, перефразируя народную мудрость, сегодня без пиара не вынешь и рыбку из пруда.

Так что нет и ничего удивительного, и ничего плохого в том, что все вышеперечисленное имело место в связи с недавним празднованием столетия Воронежского государственного университета. Основанный в 1918 году, ВГУ так сильно повлиял на жизнь нашего города, а главное, на жизнь и судьбы десятков тысяч учившихся и работавших в нем людей, что, безусловно, заслужил и торжественные приемы, и пафосные речи, и внимание общественности.

На первый взгляд, юбилейными в полном смысле слова явились два солидных издания, увидевшие свет осенью прошлого года. Это специальный выпуск одного из старейших в России (выходит с 1931 года) литературно-художественного журнала «Подъём» (№ 11 за 2018 год) и сентябрьский 2018 года номер художественно-публицистического альманаха «Университетская площадь», выходящего в ВГУ

Об авторах: Козлова Наталья Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, заместитель декана по экономике. Павел Пономарёв, студент факультета журналистики ВГУ.

с 2008 года. Общий тираж (1100 экземпляров «Подъёма» и 250 экземпляров «Университетской площади») этих двух объемистых книжек (почти 240 и 300 страниц соответственно), сопоставимый с тиражами ряда выходящих в Воронеже изданий журнального типа, позволяет говорить об их доступности для заинтересованной читательской аудитории. Благодаря высокой полиграфической культуре, прекрасному подбору иллюстраций, необычному оформлению обложек (в номере «Подъёма» использованы работы художников Дмитрия Савинкова и Елены Кокориной, в «Университетской площади» — Елены Кокориной) оба издания приятно держать в руках. Листать, подробно рассматривая фотографии, находя знакомые лица и поражаясь живости снимков, сделанных столет назад. Прекрасная идея: проиллюстрировать тексты, опубликованные в «Подъеме», фотографиями авторов в годы их студенчества или первого знакомства с ВГУ. В «Университетской площади» многие публикации сопровождаются снимками времен студенчества, начала преподавательской деятельности и периода жизненной и профессиональной зрелости их авторов и героев.

Все это, а также разнообразие рубрик, широкий спектр жанров публикаций, высокое качество художественного и публицистического слова свидетельствует о гигантской работе, проделанной составителями обоих изданий. Номер «Подъёма» подготовил Дмитрий Дьяков, выпускник факультета журналистики и журналист с большим стажем, сегодня — директор Издательского дома ВГУ. Главный редактор «Университетской площади» — Тамара Дьякова, выпускница филологического факультета, в настоящее время профессор кафедры истории философии и культуры ВГУ. В студенческие годы сложилась их семья. И о том, сколько семей возникло за сто лет существования университета, можно сказать одно: их очень и очень много. Среди материалов альманаха есть рассказы о таких семьях, о целых преподавательских династиях.

О том, как усилиями каждого нового поколения продолжается и развивается процесс творческого осмысления действительности, свидетельствуют и публикации «Подъёма».

Вот воспоминания доктора филологических наук, профессора Аллы Борисовны Ботниковой.

Вот эссе ее ученика, доктора филологических наук, профессора факультета журналистики Льва Ефремовича Кройчика.

Вот зарисовки его ученика, Александра Тихоновича Смирнова, большую часть своей, к сожалению, уже завершившейся жизни работавшего старшим преподавателем кафедры теории и практики журналистики.

Вот очерк его ученика, уже упомянутого здесь Дмитрия Дьякова...

Но ошибутся те, кто в этой связи представят оба издания как «милый междусобойчик», как чисто корпоративное мероприятие по случаю круглой даты, давшее повод для взаимных комплиментов и словословий своей alma mater. Под пером их авторов прошлое страны, города, университета обрело все черты сурового и трагического для России XX века, сломавшего или искалечившего множество судеб, — и судьбы тех, кто в ВГУ работал и учился, не исключение.

Но тем отчетливее после прочтения каждого материала вырисовываются неискоренимые, неистребимые константы человеческого бытия, позволившие университету жить, развиваться, дать высшее в самом широком смысле слова образование тысячам и тысячам выпускников. И приведшие к результатам, о которых с гордостью рассказал ныне действующий ректор ВГУ Дмитрий Ендовицкий во вступительном слове к юбилейному номеру журнала «Подъем». Где главным богатством университета названы люди. «Обитель талантливых людей» — так в том же номере представил университет Лев Кройчик. «В университете привыкли говорить то, что думают. В университете привыкли к свободному волеизъявлению», — написал он в своем эссе.

Нам представляется, что совокупность этих позиций: талант, свобода и собственная точка зрения — и превращают учреждение с казенным аббревиатурным наименованием «ФГБОУ ВО ВГУ» в alma mater, «кормящую мать» — ту, что оберегает, насыщает, возвращает.

Эссе Льва Кройчика «Обитель талантливых людей» опубликовано под рубрикой «Между прошлым и будущим». Автора беспокоит настоящее положение университета, обусловленное общим состоянием высшего образования в России. «Думающий специалист стране сегодня не очень нужен, — считает профессор, — власть предпочитает иметь дело с послушными исполнителями, которые легко берут под козырек и не задают лишних вопросов».

На самом деле, кого и в каких условиях готовит сегодня университет? Казалось бы, вполне обнадеживающий ответ дается заглавием интервью Тамары Дьяковой с ректором Дмитрием Ендовицким, открывающего юбилейный номер «Университетской площади»: «Самое ценное в ВГУ — сохраненные университетские свободы и демократия». Однако беседа получилась тревожной. Возникают опасения за сохранность обозначенных ценностей, да и за саму возможность существования классического университета в будущем. «Еще лет десять назад, — говорит Дмитрий Ендовицкий, — для российских вузов ситуация складывалась благополучно. Это были годы изобилия. У государства было много денег... После 2014 года у государства больших денег не стало... В такой ситуации, возможно, будет продолжена оптимизация вузов. Из многих источников идет информация о том, что данный процесс будет запущен с новой силой... И если государство захочет, условно

говоря, пединституты объединять с классическими университетами, развитию ВГУ такое обстоятельство способствовать не будет... Хорошо сбалансированный симбиоз лириков и физиков — это шикарно, но слишком большая гуманизация высшего образования в классическом университете — это, скорее, риски».

Может ли быть «слишком большой» гуманизация высшего образования, да и образования в целом, размышляет в том же номере альманаха под рубрикой «Позиция» профессор Алла Ботникова: «Недооценивать гуманитарное образование — значит совершать большую ошибку. Особенно если мыслить стратегически. Мне кажется, гуманитарные науки, напротив, должны рассматриваться как главные в системе образования, поскольку заняты они исследованием Человека. Они изучают не его физический статус, а его духовную сущность, то, что отличает его от других живых существ... Гуманитарным наукам необходимо предоставить если не самое главное, то одно из главных мест в системе отечественного образования. Конечно, только в случае, если мы не хотим, чтобы «наш разум гнил без пользы»».

Вслед за ней под той же рубрикой четко расставила акценты на том, кто чего хочет применительно к высшему образованию в целом и университету в частности, Карина Гайдар, доктор психологических наук, заведующая кафедрой общей и социальной психологии, председатель научно-методического совета ВГУ. Она обозначила противоречия «между традиционным, исторически обусловленным предназначением системы высшего образования — служить мощным социально-духовным и культурно-просветительским ресурсом общества, гарантированно обеспечивая его высококвалифицированными кадрами, — и необходимостью заниматься в условиях недофинансирования самостоятельной экономической деятельностью». Между заявленной Министерством науки и высшего образования задачей мониторинга эффективности вузов и на деле осуществляемой их оценкой «с использованием неоднозначно воспринимаемых самим вузовским сообществом... подхода и инструментария». Между предъявляемыми учредителем ко всем вузам одинаковыми требованиями, использованием единых критериев оценки их результативности и явно неравными условиями функционирования вузов «даже в рамках одного субъекта РФ». Между сложностью социально-психолого-педагогической системы, которой является вуз, и односторонностью чисто экономических критериев оценки его эффективности. Следствием этих и других обозначенных Мариной Гайдар противоречий могут стать «риск возникновения ситуации информационной неопределенности для вузов, поскольку распространяемая министерством информация об их состоянии... получается неточной... репутационные риски; риски организационных, а точнее, «реорганизационных» выводов, что может существенно дестабилизировать работу этих важнейших научно-образовательных центров».

Вообще надо отдать должное редактору «Университетской площади», включившей в юбилейный

номер раздел «Форум», где под рубриками «Анкеты», «Что вам дал ВГУ», «Одной строкой», «Позиция» прозвучали интересные, неординарные высказывания многих преподавателей, сотрудников, выпускников разных лет. И в свете разговора о том, кто и чего хочет сегодня от высшего образования, не случайно этот раздел начался монологом Виктории Алексеевой, с отличием окончившей в 2007 году факультет философии и психологии. Она не работает по специальности, но успешно управляет сетью магазинов, думает о перспективе расширения бизнеса. Вот ее ответ на вопрос «Что вам дал ВГУ?»:

«Нам дали значительно больше, чем хорошее базовое образование. Нас научили систематизировать, работать с текстом, общаться и взаимодействовать с очень разными людьми, понимать и выстраивать причинно-следственные связи, видеть потенциал, правильно планировать свое время, работать на результат. Мы научились видеть чуть больше очевидного, анализировать чуть глубже общепринятого, радоваться простым вещам и ценить хороших людей... Университетское образование дало понимание того, что учиться нужно всегда — всю жизнь».

Это — и к вопросу о границах гуманизации высшего образования. И о необходимости жесткой его привязки к запросам работодателя. И о регламентации сообразно с сегодняшней структурой экономики, да еще такой перекошенной, как наша. И т. д. и т. п.

Потому что, в конечном счете, тем лучше для страны, чем выше уровень образования граждан. И вряд ли были прецеденты, когда высшее образование помешало кому-то найти свою дорогу в жизни, стать достойным гражданином, профессионалом высокого уровня, хотя подчас и не в соответствии с профилем обучения в вузе.

С этой точки зрения любопытна опубликованная в альманахе беседа Тамары Дьяковой с членом Попечительского совета ВГУ, председателем совета директоров ООО «Инвестиционная палата», депутатом Воронежской областной думы Анатолием Шмыгалевым, который на вопрос: «Как, кроме очередного сокращения преподавателей и сотрудников, можно решить проблему университета, имеющего сегодня в Воронеже один из самых высоких потенциалов, но вместе с тем и один из самых низких уровней зарплаты?» — ответил: «Этот вопрос упирается в одну и ту же глобальную проблему: нужны ли обществу сегодня грамотные и интеллигентные профессионалы... А изменение доходов преподавателей... это прерогатива федерального центра».

Дети депутата учатся в Высшей школе экономики: «При всех достоинствах наших вузов уровень преподавания, перспектив, технологий, информатизации в Москве, конечно, выше... В Воронежском университете сейчас делают, конечно, многое, но мы — догоняющие». Статус же университетов на Западе как не только учебных, но и крупнейших научных центров, «им обеспечивают огромные финансовые ресурсы. К сожалению, такого глубокого внимания к высшей школе, какое было в СССР, по разным причинам не уделяется... ВГУ — не исключение». Хотя, от-

метил Анатолий Шмыгалев, «в нашем университете есть замечательные специалисты, которые рожают уникальные идеи... есть все нужные кадры — с высокой степенью эффективности, способные современно мыслить и продвигать университет».

Но оказывается, кадры решают не все. «В ВГУ дают хорошие знания, но, конечно, всё зависит больше от молодых людей. Не только вузы влияют на них, но и политика «телевизора», фильмы, относящиеся к массовой культуре, а также зачастую интернет — всё это не развивает у молодёжи стремления к получению знаний, к тому, чтобы становиться профессионалами. Самоустранение молодёжи от желания получать знания и уход от саморазвития приводят к тому, что процент высококачественных интеллектуально-профессиональных специалистов, выходящих из вузов, снижается». К тому же выпускники «к сожалению, часто... находят работу уже вне пределов Воронежской области: в Москве, Санкт-Петербурге, даже за рубежом. Поэтому нам работать с молодыми кадрами сложнее, но я верю в ВГУ», — оптимистично подытожил депутат.

Нет ничего удивительного в том, что представители старших поколений имеют претензии к современной молодёжи, современному студенту в частности — проблема отцов и детей неотменима. «Для меня... слово — «университет» — с юности звучало музыкаль. Когда сегодня в бытовой молодежной речи я слышу его усеченную форму — «универ» — меня просто корбит. Мое поколение, перенесшее тяготы войны с гитлеризмом и соскучившееся по возвышенным понятиям, не позволяло подобного панибратства», — посетовал, начиная на страницах «Университетской площади» интереснейший рассказ о книгах из своей уникальной коллекции и о складывавшемся годами воронежском кружке библиофилов, профессор Олег Ласунский, член Союза российских писателей, член Союза журналистов, почетный гражданин Воронежа.

Но где те, кому адресованы эти упреки — одна из двух «констант» (преподаватели и студенты), без которой, по убеждению редактора альманаха Тамары Дьяковой, «как и сто лет назад, университет по-прежнему невозможен»?

Единственным действующим студентом, высказавшимся на страницах юбилейного номера альманаха, стала Наталья Ни, студентка 2 курса магистратуры факультета прикладной математики, информатики и механики. Ее ответы на вопросы «Что вам дал университет?» и «Ваш главный университетский учитель?» можно найти под рубрикой «Одной строкой».

Но студент ВГУ — это и первокурсник. И преодолевший экватор бакалавриата. И даже — задолжник. Это и физики с лириками, и активисты, и волонтеры, и стажеры, и стипендиаты. И это далеко не все возможные характеристики современного студенчества. Этому «многотилому братству» наверняка было бы что сказать на страницах юбилейного номера...

Слово сегодняшнего студента почти не слышно и из юбилейного выпуска журнала «Подъем». Разве что в рубрике «Общая тетрадь» в разделе «Стихи университетских поэтов» опубликовано стихотворение

Василия Нацентова, студента факультета географии, геоэкологии и туризма, лауреата Исаевской премии за 2018 год. О том, что студенческое творчество могло быть представлено и шире, и разнообразнее, свидетельствует, например, 9-й (посвященный современной воронежской литературе) за 2018 год номер газеты «Мысли(!)», ежемесячного культурно-просветительского приложения к «Подъему». Из 16 авторов 6 — студенты ВГУ. Факт, демонстрирующий, что современной воронежской молодежи совсем не чужды «возвышенные понятия», востребованные послевоенным молодым поколением.

Неоспоримы слова Александра Кушнера:

*Времена не выбирают,
В них живут и умирают.*

Следуя этим словам, наверное, не стоит спрашивать, какой период истории — и ВГУ, и страны, и народа — был лучшим (хотя большинство ветеранов университета назвали 1960–70-е годы).

В обоих изданиях, в сущности, рассказана одна история: людей, встретившихся однажды на одном жизненном пространстве — пространстве мысли. Научной, эстетической, педагогической. Независимой, Свободной. История ВГУ — это история движения, развития и сопротивления этой мысли. Ее борьбы с обстоятельствами довлеющей реальности.

Университет и сегодня — это сопротивляющийся организм. Пытающийся, с одной стороны, лечить недуги общества, с другой — защититься от опасного вируса, поражающего свободное индивидуальное человеческое начало. То, которое в любые времена и при любых обстоятельствах позволяло человеку оставаться верным самому себе. Вот что сказал об этом, отвечая на вопрос «Что вам дал ВГУ?», Алексей Кондратенко, выпускник факультета журналистики 1986 года, доктор филологических наук, доцент Орловского государственного университета, член Союза писателей России:

«В любом учебном заведении два направления — образование и воспитание... Воспитание в те студенческие годы не было назидательным и показным... Перед нами был пример отличных преподавателей...

и были мои замечательные университетские однокашники, друзья... Многоликая, живая университетская среда каждодневно исподволь подсказывала нам: нужно быть самим собой... моя искренняя благодарность Воронежскому университету за то, что он учил меня быть самим собой... за то, что наставники привили нам нравственные принципы и позитивный взгляд на мир. А сумма знаний... студенческие годы сформировали максимум пять-десять процентов от общего массива знаний. Наверное, по математическим выкладкам не так уж и много. Но это было хорошее начало пути».

Многоликими, живыми, как сама университетская среда, получились рассмотренные нами издания. Выпущенные к юбилею, но не «юбилейные» по остроте поднятых их авторами вопросов, неоднозначности суждений и оценок. В целом — адекватно представившие ту реальность, в которой живет университет. С его богатейшими традициями, громадным творческим потенциалом. Серьезнейшими проблемами и усилиями по их преодолению. Нескрываемой тревогой за будущее.

У ректора обширные планы и большие надежды. Он хочет установления партнерства университета с госкорпорациями и частным бизнесом, аккредитации новых направлений обучения студентов, строительства новых общежитий... Он не хочет сокращения сотрудников, ему важно «сохранить коллектив, научные школы сохранить. Ведь настанут когда-нибудь тучные годы, а людей-то уже не будет».

Судя по ответам на вопрос: «С какими словами вы бы обратились к ректору ВГУ?», помещенными в альманахе «Университетская площадь» под рубрикой «Одной строкой», коллеги поддерживают многие его инициативы и стремление сохранить лучшие традиции ВГУ.

А оптимальный, на наш взгляд, способ достижения поставленных целей, применимый и в государственном, да и в мировом масштабе, предложил профессор филологического факультета, директор Центра коммуникативных исследований ВГУ Иосиф Стернин, приведя высказывание Стендаля:

«Опирайтесь нужно только на то, что оказывает сопротивление».

Алексей Колобродов Вас разрушающий PR

Любой сегодняшний журналист или политтехнолог, даже поверхностно изучив обстоятельства последнего года жизни Александра Пушкина, роковой дуэли и гибели, уверенно констатирует: великий человек пал жертвой черного пиара.

Группа интриганов и мерзавцев вполне профессионально манипулировала тогдашним общественным мнением, совершенно в духе сегодняшних мастеров «морального террора»: клевета, диффамация, создание негативного фона вокруг объекта, прямая травля и так далее. По сути, единственным оружием поэта, отца и мужа, оставались честь и собственное достоинство — жалкий, кажется, арсенал, но именно он сделал Пушкина победителем.

Меж тем само явление политического PR (Public Relations) в разных его видах Александр Сергеевич первым в русской литературе описал и зафиксировал среди других своих сбывшихся пророчеств.

В «Пушкинской речи» Достоевского все конкретно и предметно: Федор Михайлович подчеркнул историко-аналитический и даже политический характер выступления, его практический смысл — союз славянофилов и западников, созданный для начала вокруг фигуры национального гения. Говорил писатель и о своей ответственности за каждую букву, когда публиковал речь с подробным предупреждением в «Дневнике писателя» (август 1880 г., а прозвучала она 8 июня на заседании Общества любителей российской словесности).

«Пророческое явление русского духа»; «Пушкин есть пророчество и указание»; «сокровища искусства и художественного прозрения оставлены нашим великим поэтом», — здесь нет никакого мемориального символизма. Достоевский объясняет, что Пушкин — мыслитель и пророк, работавший не только художественными образами, но и категориями исторической метафизики, причем в духе «всемирной отзывчивости».

Александр Сергеевич заменил русским людям не столько Вальтера Скотта, сколько Александра Дюма. За что мы ценим, не особо-то для себя формулируя, автора «Трех мушкетеров»? Наверное, прежде всего за искусство быстрой, легкой, без нажима, в нескольких штрихах психологической характеристики монарха (лидера, вождя) — реального или потенциального. За столь же ненавязчивый коллективный портрет окружения. И все это — на фоне страстей, пороков, роскошества и непрочности дворов.

Пушкин же решил вопрос импортозамещения со свойственным ему изяществом и навыком экономии ресурсов всего двумя эпиграммами на августейших особ. Первая:

*Старушка милая жила
Приятно и немного блудно,
Вольтеру первый друг была,
Наказ писала, флоты жгла*

И умерла, садясь на судно.

И вторая:

*Властитель слабый и лукавый,
Плешивый щеголь, враг труда,
Нечаянно пригретый славой,
Над нами царствовал тогда.*

Интересно, что весь антисталинизм классических уже произведений и авторов советской/антисоветской литературы — «В круге первом» Александра Солженицына, «Детей Арбата» Анатолия Рыбакова, «Московской саги» Василия Аксенова — вышел из этих, весьма беглых, пушкинских зарисовок. Даром что бабушка с внуком на фоне страшного XX века выглядели сущими муми-троллями. У Александра Исаевича мини-роман-фельетон в романе (о жизни и практике тирана) раздвигает вширь, но не в глубь строчки: «Властитель слабый и лукавый... Нечаянно пригретый славой». Рыбаков же — с еkkлесиастовой, как ему, видимо, казалось, значительностью — добавляет: «Над нами царствовал тогда». Василий Аксенов избавлял Сталина от запоров — и все это страшно подробно описано с покушениями на символизм и стихии. Кроме того, Василий Павлович, вслед за Александром Исаевичем, с разной степенью игривости, намекал на «немного блудно».

Но у Александра Сергеевича — как видим, несколько строчек, а у диссидентствующих соцреалистов — романы и эпопеи...

Гораздо серьезнее исторические прозрения Пушкина звучат не в зарисовках о монархах, а в его — сквозь всю творческую жизнь — напряженных размышлениях о власти как таковой. И тут наличествует определенная парность: царь, получивший престол в результате заговора или династического кризиса, идет у поэта рука об руку с самозванцем. Драму «Борис Годунов» можно воспринять как напряженный диалог царя Бориса и претендента на престол Григория, коммуникацию узурпатора и самозванца, взаимодействие убийцы и призрака, принявшего плотский облик убитого отрока и пришедшего за ветхозаветным мщением...

Российская история вообще завораживает самым явлением самозванства, точнее — его беспрецедентной масштабностью. Только в Англии феномен приобрел схожие параметры. Но вот что любопытно — самозванцы, реально способные претендовать на престол или даже занять его (случай Дмитрия I) проявляются только в противостоянии с прямыми узурпаторами: с Годуновым, Василием Шуйским (случай Тушинского вора), Екатериной II (Емельян Пугачев, принявший имя Петра III). В другие времена, даже при наличии государственной шаткости и династических проблем, сколько-нибудь значительных самозванцев не отмечено, видимо, по причине сохранения хотя бы частичной легитимности верховной власти в общественном мнении.

Заметим также, что Дмитрий I и Пугачев — верхушка айсберга: известно, сколько «царевичей» (не обязательно принявших имя Дмитрия) зафиксировано в Смутное время — десятки; воскресших Петров III случилось еще больше, а оживший призрак убиенного широко шагнул и за границы Российской империи.

«Борис Годунов» — трагедия, и определение здесь не только жанровое, но и содержательное: Пушкин постулирует трагедию взаимной неправды, расколотившей народ, пророчит матрицу всех гражданских войн XX века. Прошедших и донныне вырывающихся — поскольку век не завершился в миллениум, но продолжается и заходит на новый круг, не ответив ни на один из судьбоносных вопросов и лишь отчасти видоизменив набор глобальных проблем.

И еще одно, пожалуй, наиболее принципиальное для современности наблюдение. Одним из магистральных сюжетов трагедии Бориса Годунова Пушкин сделал диктатуру пиара, суть которой доходчиво объясняет военачальнику Петру Басманову дворянин Гаврила Пушкин. В драме действуют два Пушкина, предки поэта. Видный пушкинист Дмитрий Благой, мимоходом шаржированный Мандельштамом в «Четвертой прозе», полагал, что Александр Сергеевич отождествляет себя с этими предками; их реплики и монологи — его личное понимание сущности исторических процессов:

*Я сам скажу, что войско наше дрянь,
Что казаки лишь только селы грабят,
Что поляки лишь хвастают да пьют,*

А русские... да что и говорить...

Перед тобой не стану я лукавить;

Но знаешь ли, чем сильны мы,

Басманов?

Не войском, нет, не польскою помощью,

А мнением; да! мнением народным.

Дмитрия ты помнишь торжество

И мирные его завоеванья,

Когда везде без выстрела ему

Послушные сдавались города,

А воевод упрямых чернь вязала?

«Мнение народное» — перифраз Public Relations, «связей с общественностью», и вовсе неудивительно видеть хорошего знакомого в глубинах Смутного времени — данное явление существовало всегда. Пушкин же предсказал торжество информационных технологий и политической манипуляции в тогда еще не случившемся национальном будущем. Опасность и амбивалентность пиар-технологий, неуклонное поглощение информационным морем ценностных опор, казавшихся незыблемыми. И только честь и достоинство могут стать адекватным ответом мутному потоку — ответом не только индивидуальным, но и национальным. Здесь тоже — завещание и часть той великой пушкинской тайны, о которой говорил Достоевский.

«Культура», 7 февраля 2019 г.

<http://portal-kultura.ru/articles/dostoyanie/233451-vas-razrushayushchiy-pr/>

Взаимодействие региональных интернет-изданий с аудиторией

Каждое решение, принимаемое журналистами или руководством интернет-СМИ, должно рассматриваться через призму влияния его последствий на отношения с аудиторией. Читатели, слушатели, зрители – главный ресурс, об обладании которым стоит беспокоиться редакции.

В идеальных условиях журналисты должны не просто создавать контент, а производить информационный продукт, нужный и полезный людям, дающий им возможность принимать важные для себя решения и делать адекватные выводы о реальном состоянии действительности. В свою очередь, аудитория, а точнее – ее численность, обеспечивает рейтинги сайтов СМИ, что напрямую влияет на их рекламную привлекательность. В рыночных условиях все издания стремятся сформировать и сохранить лояльность аудитории, применяя для этого разные методы.

В эпоху Интернета борьба за внимание аудитории постоянно усиливается, ведь Сеть породила большое количество информационных ресурсов, и их численность продолжает расти. Читателями, слушателями или зрителями становятся по собственной воле, поэтому крайне важно понимать свою аудиторию.

Работу журналистов осложняет размытость границы между автором и читателем. Сейчас практически каждый человек, потребляющий массовую информацию в И с помощью смартфонов, планшетов или других гаджетов, создает для себя собственную повестку. Как в такой ситуации функционировать сетевым изданиям, как строить отношения с читателями, как, используя контент своей же аудитории, удовлетворять ее информационные потребности? Журналистам каждый день приходится отвечать на эти вопросы.

Крупные федеральные интернет-СМИ давно нанимают на работу специалистов для изучения статистики и данных о поведении аудитории, представляют специфику распространения материалов в социальных сетях и умеют это использовать.

Действующие журналисты вступают в прямой диалог с читателями. Немаловажную роль в отношениях с аудиторией играют функциональные возможности сайта СМИ, его структура, удобство навигации, привлекательность дизайна. И, безусловно, решающее значение имеет собственно контент: оперативно и качественно создаваемое содержание привлекает и удерживает внимание читателя.

Поскольку в региональных редакциях зачастую не хватает средств для введения штатной должности SMM-менеджера (SMM-редактора, SMO-

специалиста, SMC-менеджера и т. п.), им приходится довольствоваться внутренними ресурсами. При этом может страдать качество основной работы корреспондентов, испытывающих повышенную нагрузку.

Мы проанализировали работу трех крупных воронежских интернет-СМИ: «РИА Воронеж», «МОЁ Online» и «ЖП-Воронеж». На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

В работе региональных редакций интернет-изданий прослеживаются общие тенденции, направленные на расширение аудитории и активизацию контакта с ней. Это видно как в отношении тематики, которую освещают СМИ, так и в отношении формально-содержательных средств, которые они используют.

Оперативные информационные поводы, социальная проблематика, криминал, городская жизнь – эти темы представлены на сайтах всех воронежских СМИ. Чем шире, объемнее и подробнее они разрабатываются, тем больше вероятность того, что интерес аудитории будет постоянным. Можно проследить, как после успешной публикации рейтинг сайта повышается и эффект сохраняется в течение нескольких дней. Это связано с восприятием не только одного конкретного материала, но и других публикаций.

Контакт с аудиторией укрепляет применение в журналистских материалах пользовательского контента. Читатель переходит из разряда потребителей в категорию создателей информационного продукта, что значимо для него в смысле удовлетворения потребности в самоутверждении, а СМИ помогает привлечь внимание к действительно важным для аудитории проблемам.

В оформлении публикаций региональных СМИ мы видим использование многих мультимедийных средств: аудио, фото, видео, инфографики. Заметно, что в этом направлении издания пытаются следить за общемировыми трендами, делая поправку на местную специфику и собственные ресурсы.

Здесь важно отметить еще один момент. Аудитория анализируемых нами СМИ практически одинакова. Типологические особенности с течением времени размываются. В таких условиях важно делать акцент на заинтересовывающей подаче или искать новый поворот темы, стиль изложения тоже играет определенную роль. На фоне заметок со стандартной подачей, клонирования новостей в погоне за местом в топе новостных агрегаторов выигрышно смотрятся крупные формы публикаций: репортажи, аналитика или истории с оригинальным вступлением. Следует осознавать опасность того, что

более гибкое СМИ-конкурент или даже активный непрофессиональный автор, способные продемонстрировать собственный стиль и интересную подачу материала, могут переманить аудиторию на свои платформы и каналы распространения информации. Большинству пользователей не важно, какой именно ресурс они посещают, но важна информация, которую получают, в том числе и ее форма.

Если обратить внимание на общемировые тренды в сфере массмедиа, отметим, что для воронежской аудитории также важен прямой социальный эффект от журналистики. Читатели хотят видеть результат информационной деятельности.

«Заразность» журналистики распространена широко – на любом уровне. В связи с развитостью технологий, в особенности социальных сетей, каждый воронежец может становиться корреспондентом, рассказывать о происходящем вокруг него, участвовать в формировании повестки и общественного мнения. Современным медиа, в том числе региональным, приходится существовать в условиях, когда, с одной стороны, с журналистами конкурируют активные граждане, а с другой стороны, новостные агрегаторы.

Какие возможности не используют местные журналисты? Если говорить о социальных сетях, то практически никто не смог создать обособленных от сайта площадок, которые были бы интересны сами по себе. Переход в мессенджеры местные издания тоже не поддержали: даже если они и пытались использовать этот канал, собрать сколько-нибудь значительную аудиторию не смогли.

Видеостриминг – еще одна технология, которую никто из воронежских редакций пока не применяет, хотя многие медиаэксперты говорят о возросшем интересе аудитории к видео. Прямые эфиры не требуют использования сложных технических средств, сами журналисты, вероятно, еще не готовы к работе с таким форматом, не адаптировались к потребностям аудитории, которая смотрит стримы ежедневно в своих соцсетях.

Трудности возникают у журналистов и на уровне отбора и проверки достоверности фактов: выпускаются новости, основанные на свидетельствах, которые нельзя назвать ни надежными, ни авторитетными. Непроверенная информация зачастую приобретает скандальный характер, который может негативно сказаться на жизни конкретных людей. Здесь возникает еще одна важная проблема – этическая. Выбирая между ярким, интригующим заголовком и соблюдением этических норм, журналисты нередко нарушают последние в погоне за трафиком.

Какие возможности есть у редакций, чтобы улучшить контакт с аудиторией? В первую очередь следует точнее реагировать на ее запросы, в частности снабжать материалы прикладной составляющей: большой интерес вызывают ответы на ключевые вопросы по определенной тематике или несколько советов эксперта.

Помимо оперативной информации и так называемой «бытовухи», целесообразно предлагать читателям развернутые тексты, разноплановые по тематике и оформлению. Наблюдения показывают: чем шире спектр тем, освещаемых изданием, тем больше читателей оно привлекает.

И наконец, важно следить за развитием технологий, трансформацией соцсетей и быстро реагировать на эти изменения. Это поможет не отстать от аудитории, некоторые представители которой, вполне вероятно, даже в повседневной жизни активнее журналистов используют те или иные сервисы. Не стоит забывать, что социальные сети, даже если они не дают большого прироста пользователей или переходов на сайт, – это возможность продвинуть бренд издания и сформировать к нему лояльность.

Анна Гребенкина,
г. Воронеж

Риски DNS Flag Day для информационных ресурсов госорганов регионов Черноземья

Сложно переоценить значимость для порой скудного информационного пространства российских официальных порталов местных органов власти, которые мы далее будем называть «госсайтами». Помимо того, что их стабильная работа необходима для использования разнообразных государственных информационных систем (ГИС) и исполнения конституционного права на доступ граждан к информации и деятельности органов власти [1], госсайты – крайне популярный «первоисточник» информации для региональных СМИ. По наблюдениям автора исследования, до трети новостей в повестке дня в Воронежской области

может основываться именно на официальных сообщениях госорганов.

В связи с этим нестабильная работа госсайтов может создать серьезные неудобства в том числе и для работы региональных журналистов. Такой риск появился 1 февраля из-за так называемого DNS Flag Day – намеченного на 1 февраля отключения устаревшего стандарта системы доменных имен, разработанного еще в 1980-х. Многие государственные информационные ресурсы не пользуются популярными серверными системами, а поддерживают сайты своими силами. Поэтому они зачастую используют именно устаревший

стандарт, отключение которого может привести к сбоям в работе ресурсов.

DNS (Domain Name System) — система, хранящая информацию о доменных именах, присвоенных IP-адресам сайтов, призванная упростить навигацию в интернете, чтобы вместо числового кода можно было использовать привычные текстовые адреса сайтов, например vsu.ru (сайт Воронежского государственного университета) вместо 62.76.169.30. Протокол DNS был разработан в 1980-х годах и позднее был модифицирован до стандарта EDNS, который поддерживают еще не все серверы. Разработчики популярных DNS-клиентов договорились, что в один день — 1 февраля 2019 года — синхронно отключат поддержку старой технологии. Из-за этого некоторые сайты, не обновившие протокол до EDNS, могут оказаться недоступны, предупреждали ранее эксперты Института развития интернета. Там отмечали, что «в зоне риска» оказываются как раз сайты госструктур в ряде регионов [2].

Мы используем рекомендованный к использованию администраторам сайтов сервис *dnsflagday.net*, чтобы проверить на наличие свежих стандартов протокола DNS web-страницы госструктур и компаний в регионах Черноземья: Воронежской, Липецкой, Курской, Белгородской, Орловской, Тамбовской областях. Их выбор обусловлен спецификой профессиональной деятельности и научных интересов автора.

Курская область. Сайт мэрии Курска *kurskadmin.ru*, по данным *dnsflagday.net*, в «красной зоне». «Этот домен будет сталкиваться с проблемами. Клиенты будут испытывать задержки при доступе к нему... Пожалуйста, свяжитесь с администраторами вашего домена и устраните проблемы», — говорится в отчете сервиса. При этом у других госсайтов в Курской области, в частности портала обл администрации (*adm.kkursk.ru*), областной думы (*kurskduma.ru*) и городского собрания Курска (*gorsobranie-kursk.ru*), проблем нет. «Мы знакомы с предстоящими перспективами перехода на новые стандарты протокола DNS. К *Flag Day* мы полностью подготовились без особых сложностей. Дополнительные вложений, ресурсов и привлеченных специалистов нам не потребовалось. Обошлись полностью своими силами. Проблем с доступом к сайту региональной администрации не было и не будет», — заверяют в региональном комитете информатизации, связи, государственных и муниципальных услуг [3].

Воронежская область. Серьезные проблемы, по данным *dnsflagday.net*, у сайта Воронежского государственного медуниверситета имени Бурденко. У других госсайтов Воронежской области — портала обл правительства (*govvrn.ru*), страницы мэрии (*voronezh-city.ru*), областной (*vrnobluma.ru*) и городской (*gorduma-voronezh.ru*) дум — все в порядке. «Домен полностью готов, ему не нужно беспокоиться о *Flag Day*... его администратор делает хорошую работу», — говорится в отчетах о каждом из этих сайтов. «Портал обл правительства готов к *Flag Day*, мы не видим никаких рисков. Приведение его в соответствие с новыми стандартами не потребовало дополнительных вложений, только час-два работы», — рассказали в департаменте цифрового развития Воронежской области.

Липецкая область. Менее значительные проблемы, по оценке сервиса, есть у официального сайта мэрии Липецка *lipetskiy.ru*. «Он не поддерживает последние стандарты DNS и, как следствие, не может поддерживать новейшие функции безопасности и будет легкой целью для сетевых злоумышленников. Эти недостатки могут вызвать проблемы в будущем», — говорится в отчете. У других липецких госсайтов (страницы администрации Липецкой области *admliip.ru*, врио губернатора — *artamonovigor.ru*, облсовета — *oblsovet.ru*, горсовета — *sovetskaya22.ru*) проблем нет, они в «зеленой зоне».

Орловская область. Из госсайтов Орловской области в «желтой зоне» страница горсовета Орла *orelgorsovet.ru*, а порталы орловского обл правительства (*orel-region.ru*), мэрии Орла (*orel-adm.ru*) и облсовета (*oreloblsovet.ru*) уже используют новый протокол. «Работа по отключению устаревшего стандарта была проведена в штатном режиме. Бюджетные средства на нее затрачены не были. Риска сложностей с доступом к сайтам региональной администрации нет», — уверены в правительстве региона.

Белгородская область. Также в «желтой зоне» сайт думы Белгородской области. При этом в правительстве региона говорят, что он «полностью готов к плановому переходу на технологию EDNS»: «Проведены анализ официальных интернет-ресурсов и необходимые профилактические работы. Домены успешно прошли проверку на специализированном сайте. Проблем с доступом не ожидается». Сайты обл правительства (*belregion.ru*) и мэрии Белгорода (*beladm.ru*), по оценке *dnsflagday.net*, в «зеленой зоне».

Тамбовская область. Сложности могут возникнуть с доступом к сайту региональной прокуратуры *prokuratura-tambov.ru*. У него аналогичная другим сайтам в «желтой зоне» проблема — отсутствие поддержки новых стандартов DNS несет угрозу безопасности. У обл администрации (*tambov.gov.ru*), мэрии Тамбова (*city.tambov.gov.ru, mo-tambov.ru*), областной (*tambovobluma.ru*) и городской думы облцентра (*tambovduma.ru*) проблем с сайтами нет. «Тамбовские исполнительные власти полностью готовы к *DNS Flag Day*. Проведено обновление программного обеспечения на внешних серверах DNS, в конфигурации программного обеспечения (ПО) отключена блокировка EDNS. На пограничном межсетевом экране разрешено прохождение DNS-пакетов размером свыше 512 байт», — рассказал автору руководитель управления информационных технологий, связи и документооборота обл администрации Андрей Стрельцов.

Таким образом, риск достаточно велик, с учетом того, что, по словам специалистов Института развития Интернета, «порталы в «красной» зоне, если ПО не будет обновлено, могут полностью перестать работать, а сайты из «желтой зоны» с 1 февраля без обновления ПО могут работать нестабильно» [2]. Автор рекомендует ответственным за ведение «проблемных» информационных ресурсов уделить внимание устранению проблем.

Сергей Калашников,
г. Воронеж

Литература

1. Колобаева Н. Е. Право на доступ к информации о деятельности органов власти / Н. Е. Колобаева // Российское право: Образование. Практика. Наука. — 2015. — № 1 (85). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravo-na-dostup-k-informatsii-odeyatelnosti-organov-vlasti> (дата обращения: 30.01.2019).
2. С 1 февраля окажется под угрозой работа целого ряда

государственных сайтов // Пресс-релиз Института развития интернета, 25.01.2019. — URL: <http://ири.рф/news/18478/> (дата обращения: 30.01.2019).

3. Калашников С. Чиновники поджали серверы / С. Калашников // Коммерсантъ Черноземье. — № 15. — 29.01.2019. — URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3867123> (дата обращения: 30.01.2019).

Голос тех, кто работает в образовании и науке

К 20-летию газеты «Профсоюзный щит»

24 февраля 2019 г. газета «Профсоюзный щит» — издание Воронежского обкома профсоюза работников народного образования и науки Российской Федерации отметила свое 20-летие. За прошедшие годы она нашла и заняла заметное место среди корпоративных СМИ, и сегодня выполняет важные информационные и организационные функции в сфере образования и науки, которые выходят за рамки какого-либо одного профессионального общественного объединения.

Показательно, что выпуск этой газеты связан не с указанием какого-либо директивного органа, а рожден пониманием значимости и необходимости такого средства массовой информации для объединения усилий тех, кто заинтересован в повышении общественной активности работников образования и науки области, и был инициирован председателем Воронежского обкома профсоюза работников образования и науки Т. А. Бирюковой.

Вот как она сама вспоминает об этом: «Острая потребность в своей газете у обкома профсоюза возникла в связи с тем, что мы тогда с информацией не могли дойти даже до председателей первичных профсоюзных организаций, что уже говорить о рядовых членах профсоюза. Информационный обмен был только на уровне обком-райком, а дальше нитка обрывалась: расскажем председателям райкомов профсоюза, раздадим им какие-то наши материалы — и все. В первичных организациях никто ничего не знал. Проблему нужно было решать, и мы это сделали через выпуск «Профсоюзного щита». Идея с газетой, по правде говоря, была моя. Пробивала я этот вопрос очень долго: руководство не хотело тратить на газету профсоюзные средства. В конце концов лед тронулся... Механизм был запущен» [1].

Показательно, что большую помощь в первых выпусках профсоюзной газеты оказали редакции многотиражных газет вузов — Воронежского государственного медицинского университета, Воронежского государственного университета инженерных технологий, Воронежского государственного лесотехнического университета (тогда все они были в статусе академий), это при том, что целый ряд вузовских профсоюзов в силу ведомственной принадлежности входил в состав других отраслевых обкомов профсо-

юза — медицинских работников, работников сельского хозяйства, работников культуры и т. д. В профсоюзной организации сотрудников Воронежского государственного университета в начале 90-х годов прошлого века возобладали сепаратистское руководство тогдашнего профкома, результатом чего стал выход профсоюза ВГУ из состава профсоюза работников образования и науки РФ, а в силу этого более половины преподавательского состава прекратила свое членство в профсоюзной организации. В этих сложных условиях обком профсоюза работников народного образования и науки РФ через газету «Профсоюзный щит» сумел провести на практике линию объединения всех коллективов учебных заведений, независимо от их ведомственной подчиненности, вокруг общих проблем, значимых для сохранения единого образовательного пространства региона, поддержки тех, кто трудится в учебных заведениях всех уровней, делового взаимодействия с законодательными и властными структурами. Хочется особо отметить, что и обком профсоюза, и его печатный орган действовали главным образом не через протестные акции, а через повышение компетенции профсоюзного актива, объединение усилий для общественно-полезных дел, обобщение и распространение передового опыта, взаимодействие с властными структурами и руководством учебных заведений. Все это приносило и продолжает приносить положительные результаты, в чем немалая заслуга профсоюзной газеты.

Именно благодаря этому возросло число общественных активистов в школах, средних профессиональных и высших учебных заведениях, реализовались крупные инициативы, в том числе такие, как строительство жилья для работников образования в Воронеже, сохранение льгот для сельских учителей, различного рода творческие смотры и контакты.

В каждом номере газеты содержится актуальные информационные материалы, обобщение передового опыта, рассказ об активных, творческих людях, размышления и мнения о проблемах образования.

Приведем для примера обзор только одного номера газеты, которым редакция завершала 2018-й год [2]. В нем размещено 17 материалов, которые поданы

не сухо, а по-журналистски доходчиво, выделяя главное и сохраняя авторскую позицию. В центр поставлена проблема работы с молодежью. Именно она стояла в повестке дня VI пленума обкома профсоюза. Перед редакцией стояла не простая задача: не допустить просто протокольного изложения доклада и хода обсуждения, но вычленив для читателя главное, представить мнения участников разговора, обратить внимание на положительный опыт, обозначить коллективно намеченный путь дальнейшей работы. С удовлетворением отметим, что с поставленной задачей те, кто готовили материалы к публикации полностью справились. Уже в редакционной преамбуле четко вычленена актуальность вопроса: помогать молодежи, заботиться о ней, не уходить от сложных проблем возникающих при этом, а решать их, в том числе и через формирование пятилетней Программы по работе с молодыми педагогами, в которую должно ограничено войти улучшение их социально-экономического положения. Программа должна заработать с 2019 г. и, конечно, общими усилиями всех, кто имеет отношение к подготовке и педагогических кадров и управлению образованием. Но то, что инициатива и намерение активно участвовать исходит от отраслевого профсоюза, предполагает, что намеченная работа пойдет не по бюрократическому пути, воплотиться в конкретные дела.

И в докладе председателя обкома профсоюза Т. А. Бирюковой, и в выступлениях, так сказать, с мест, не затушевывались трудности и недостатки, но упор был сделан на их преодоление, на тот положительный опыт, который рождается в практике живой работы образовательных учреждений и их профсоюзных организаций. Именно так в газете поданы выступления Н. Н. Чериковой (Поворенский район), В. С. Перфильевой (Воронеж, Левобережной район), Т. А. Шоломской (Новоусманский район), О. А. Париновой (аннинский район), Г. П. Ивановой (1-го заместителя руководителя департамента образования, науки и молодежной политики Воронежской области).

Как известно, Воронеж — город студенческий, а в 2019 году будет отмечаться вековой юбилей студенческого профсоюзного движения. Поэтому, как подчеркивается в газете, студенческие профсоюзные организации должны задавать тон с многогранной работе с молодежью, в том числе в волонтерских и благотворительных акциях, творческих проектах и мероприятиях продвижении здорового образа жизни, не забывая об социально-экономической составляющей. Эти сюжеты тоже нашли отражение в номере газеты.

О том, как в школах Кантемировского района ведется патриотическое воспитание учащихся рассказано в статье учителя истории и обществознания В. Деревянко и директора Новомарковской средней школы И. Чайки, рассказано живо и на конкретных примерах. Думается, что статья вызовет у читателей интерес и окажется полезной содержащимся опытом.

О ветеране-педагоге, участнике Великой Отечественной войны Н. В. Гостилове, которого коллеги и газета недавно поздравили с вековым юбилеем, тепло повествует материал Л. В. Тореевой «Человек с аккордеоном».

Наконец, читатель найдет в номере и обращение редакции к себе с призывом помогать газете, критически относиться к ее публикациям и — главное — не быть равнодушными. Все это показывает искреннюю заинтересованность редакции в том, чтобы газету читали, а сама она своими материалами активно вторгалась в жизнь. Такого содержание лишь одного номера, 140-го по счету. А до того было еще 139 выпусков, разные, но стремившиеся откликаться на волнующие читателей темы, и, безусловно, будут новые номера, потому что газета, вступившая в свое третье десятилетие, востребована читателями, нашла свое место в жизненном потоке тех проблем и задач, которые стоят перед сферой образования области и людей, которые в ней трудятся. И хотя, конечно, газете есть, куда и как совершенствоваться, работа редакции ценится. Так, Совет ректоров вузов Воронежской области отметил работу газеты своей Благодарностью как признание ее положительной роли в жизни вузовских коллективов.

С 2006 г. редакцию «Профсоюзного щита» возглавляет Л. В. Тореева, профессиональный журналист, талантливый и активный человек. Ее усилиями газета значительно повысила качество публикуемых материалов, выросло число ежегодно выпускаемых номеров, расширился авторский актив, повысился авторитет газеты. Совместная работа главного редактора и руководства обкома профсоюза — один из важных залогов успешной работы газеты а настоящим и, уверен, и будущем.

В. С. Листенгартен,
кандидат исторических наук, доцент,
Ученый секретарь Совета ректоров
Воронежской области.

Сноски и примечания:

1. Профсоюзный щит. — № 2 (50). — 24 февраля 2009 г.
2. Профсоюзный щит. — № 9 (140). — 24 декабря 2018 г.



Татьяна Багринцева **Семь цветов творческой радуги Евгения Новичихина**

...Моя подруга-хореограф как-то сказала: «Есть люди, которым дано танцевать, им и трудиться не надо — иди и сразу танцуй! И грех, что этим даром люди такие зачастую не пользуются. А есть те, кто мастерства добиваются тяжкими трудами». Я же сама слышу устойчивое выражение: «Талантливый человек талантлив во всем», воспринимаю его как «...и трудолюбив во всем». Потому как, по моему мнению, талант и труд — равновеликие понятия. В качестве простого читателя поделюсь своим мнением о разносторонних творческих путях-дорогах Евгения Григорьевича Новичихина, используя названия его же книг...

«Вы встречались с пареньком?» (короткое представление)

Представьте себе картинку: красивый, высокий, хорошо сложенный 18-летний юноша, наверняка притягивающий к себе заинтересованные девичьи взгляды, разносторонне развитый, окончивший среднюю школу с медалью, стоит на пороге большой самостоятельной жизни. Широкий выбор будущей профессии, видимо, определен быстро: воронежский технический вуз.

Позже Евгений Григорьевич признался: «Будущее свое я еще в школе связывал с литературой, не намереваясь, однако, делать ее своей профессией. Видимо, именно это сыграло свою роль при выборе института, в который я поступил после школы. Выбор этот был, можно сказать, случайным...»

Пять лет учебы — и новоиспеченный инженер отправляется работать на Урал, потом возвращается в Воронеж. Профессия по диплому вбирает 12 лет жизни. И все вроде хорошо. Но перелом в этой области происходит неожиданно. Но, уверена, не случайно. А история такова.

Организация, где трудился тот паренек — Евгений Новичихин — располагается в одном здании с отделением Союза писателей СССР, куда как магнитом тянуло молодого инженера, тогда уже начальника технического отдела областного управления. Случайно или намеренно — кто знает? — он заглядывает в Союз, заслушивается обсуждениями новых книг, знакомится с писателями, среди которых поэт Алексей Прасолов. И почему-то Прасолов именно Новичихину доверяет услышать свои новые,

еще не опробованные на посторонний слух, стихи и внимательно ловит первое мнение о них...

Мир литературы уже не просто манит, а затягивает с головой в свой водоворот. И Евгений меняет привычную уже профессию на призвание. Литература становится судьбой.

1. «Полоса везения» (сатира и юмор)

В Советском Союзе жанр сатирической миниатюры был развит, в нем работали многие известные писатели. И вот в этой среде появляется первая книжка тогда еще инженера Е. Новичихина «И смех и грех» (миниатюры, эпиграммы, шутки — 1971 г.).

«Сатирико-юмористическая направленность первой книжки была не случайна. С 1965 года я активно печатался в журнале «Крокодил», выступал с сатирическими и юмористическими стихами и в других периодических изданиях. В 1967 году участвовал в «крокодильском» конкурсе — и небезуспешно: занял четвертое место. А в 1970 году в таком же конкурсе стал победителем и получил приз «Золотые вилы». В жюри этих конкурсов входили признанные мастера жанра: Аркадий Райкин, Леонид Ленч, Мануил Семенов, Юрий Никулин, Никита Богословский. В 70–80-х гг. мои сатирические стихи часто звучали по Всесоюзному радио в исполнении Зиновия Гердта, Зиновия Высоковского и других известных актеров», — рассказывает поэт в своей автобиографии.

Спустя три года, когда автор уже перешел на работу в журнал «Подъем», выходит вторая книга в том же жанре — «Два — пишем, один в уме». Сатирические и юмористические стихи и пародии не были пробным случайным шагом начинающего писателя — в разные годы радовали читателей жанровые книги Евгения Григорьевича «Формула любви» (1978), «Полоса везения» (1983), «Душа в ремонте» (1986), «Слушали: разное...» (1987) и другие.

Кроме книг, стихи и пародии публиковались в «Литературной газете» и «Литературной России», в журналах «Наш современник», «Москва», «Огонек», «Молодая гвардия», «Аврора», «Сибирские огни», «Дон», «Подъем» и других. Отдельные вошли в четырехтомную антологию «Всемирная эпиграмма» (Санкт-Петербург, 1998), удостоенную премии ЮНЕСКО как лучшее издание, вносящее весомый вклад в развитие культуры мира и укрепление взаимопонимания между народами.

Об авторе: Татьяна Багринцева, с. Верхний Мамон Воронежской области.

Читателям творчество нравилось, критика — одобряла. Это направление, казалось бы, и совершенствовать автору, но неизведанные литературные тропы манили вопросами и загадками...

2. «В кругу друзей» (поэзия)

«Стихи я начал писать еще в девятом классе — причем при довольно курьезных обстоятельствах. В школе по инициативе преподавателей русского языка и литературы был объявлен литературный конкурс. Но желающих участвовать в нем поначалу не было. Вызвала меня в свой кабинет директор школы Е. И. Михеева и строгим голосом сказала: «Видел объявление о конкурсе? Подай инициативу! Ты же комсомольский секретарь!». «А почему бы не попробовать?» — подумал я. Написал стихотворение, довольно выпрєнное, появилось оно в школьной стенгазете, а после этого и другие ребята стихи и рассказы на конкурс представили. Я же в этом конкурсе разделил первое-второе места со своей одноклассницей. Позднее это конкурсное стихотворение с подачи кого-то из учителей было опубликовано районной газетой «Путь колхоза». Это была моя первая поэтическая публикация...» (Из автобиографии Е. Г. Новичихина).

Заметьте, этот вопрос — «А почему бы не попробовать?» — стал своего рода творческим девизом писателя! А поэтическая направляющая разветвилась, в свою очередь, на стихи для детей и взрослых, о чем речь пойдет ниже.

а) «Сколько ног у осьминога?» (стихи для детей)

Одновременно молодой литератор становится детским писателем. Восторг детства и задор молодости мирно соседствуют с приходящим опытом и житейской мудростью. «Я не хочу становиться взрослым», — мечтал в детстве Женя — и не спешил расставаться с чувствами и ощущениями той поры.

Третьей вышедшей книгой становятся стихи для детей «Удивительный вагон» (1977), впечатляет тираж — 100 тысяч экземпляров! Книжка идет нарасхват, стихи читают, учат, используют на детских утренниках и школьных мероприятиях. Дети, легко запомнив новичихинские зазорные рифмы, в играх заменяют ими надоевшие считалки, шумелки и дразнилки. И в жизни детей появляются новые занимательные книжки: «Вы встречались с пареньком?» (1981), «Утонула в речке щука» (1982), «Вез телегу воробей» (1984), «Два жука пекли блины» (1989)... Прыгали вверх и тиражи — от 100 до 150 тысяч экземпляров.

Но главное, думаю, то, что разрастающееся творчество писателя не спешило уходить от своих начал — сатирического, юмористического восприятия и детского понимания жизни. И в девяностых, и в «нулевых», и позднее известный своим жанровым многообразием писатель продолжал работать для детей. И продолжали радовать «Стихи для Вики» (1992), «Сколько ног у осьминога?» (1995), «Вагон загадок» (2000), «Учим буквы и цифры» (2002), «Новогодний

хоровод» (2002), «Скороговорки» (2003), «Веселая азбука» (2005), «Крокодила звали Нил» (2006)...

Конечно, признание было и в области книг для детей — Диплом премии Центрального федерального округа России в области литературы и искусства за книгу стихов для детей «Крокодила звали Нил» (2007). Прошло одиннадцать (!) лет. Можно ли было предположить ранее, что более чем через десятилетие «Крокодила...» переиздадут в Греции на новогреческом языке! Это ли не верх мастерства, не подтверждение понятия «время не властно над настоящим»?!

А ранее, в 2000-м, отдельным изданием на украинском языке вышла книжка «Вагон загадок». В Польше была издана книжка «Два жука пекли блины».

Широко известно, что стихи для детей Е. Новичихина выходили в разных городах и издательствах, в различных престижных сериях — «Моя любимая книжка», «Золотая коллекция детского сада», «Первый урок» и других. Они печатались в журналах «Мурзилка», «Веселые картинки», «Колобок», звучали по Всесоюзному радио и Центральному телевидению, выходили отдельными книгами в Москве, Воронеже, Тамбове. Многие из стихов для детей входят в различные антологии детской литературы, издававшиеся в Москве.

А для меня как читателя милее то, что небольшие по объему книжки с яркими рисунками и забавными стихами — вот они, любимые кадры детства! И было приятно, когда в разговоре о Новичихине молодая женщина Катя Белокрылова, дочь прозаика Василия Белокрылова, сегодня воспитывающая троих своих малышей, звонко сказала: «Это же мой детский писатель! Конечно, помню!»

б) «Где эта улица?..» (поэзия для взрослых)

Миниатюры, эпиграммы, детские стихи, видимо, не могли не привести к поэзии. В полном смысле этого понятия. Литературная работа в журнале «Подъем» вечерами менялась на собственное творчество, которое, по-моему, больше скрыто не блестящими обложками новых книг, а муками рождения своего слова, сомнениями и переживаниями. В Новичихине родился поэт. И в 1987-м в московском издательстве «Советский писатель» появилась книга стихов «Где эта улица?..»

...Почему-то меня притягивают названия книг, содержащие вопросы. Может, потому что всегда интересно найти ответ? Для книг Евгения Григорьевича это характерно, вопросы звучат не в одном книжном заголовке. А в первой поэтической книжке мне видятся поиски творческих путей, пробы своих сил: где ж эта улица — моя — главная, важная, настоящая? Писатель, сам себя характеризующий «непостоянным в творчестве», продолжает торить свои собственные тропы в литературе. Поэзия остается на всю жизнь. Кроме бесконечного множества стихов для детей и школьников, стихотворных эпиграмм и миниатюр, рождаются серьезные поэтические творения. Они являются нам со страниц газет и журналов, легендарного альманаха «День поэзии», всевозможных

поэтических антологий, в новых авторских изданиях: «Музыка ветра», «Вливается прошлое в настоящее» (2005), «Неукротимое солнце» (2006)... Некоторые стихи поэта Новичихина положены на музыку композиторами А. Лепиным, В. Беляевым, В. Наумовым, В. Руденко, Л. Чернышовым и другими, они вошли в репертуар Воронежского государственного академического русского народного хора, других профессиональных и самодеятельных коллективов и исполнителей.

Не могу не вспомнить любимые мною строки:

*Для решенья судьбы моей — миг
Был лишь миг отведен.*

Даже дождь на минутку затих:

Не слышался ль он?

Не слышался, нет.

И теперь

Мы остались вдвоем.

Я и сам, мой дружнице, поверь,

Стать хотел бы дождем,

Чтоб над городом этим шурша

Пролететь налегке,

Теплой каплей

припасть чуть дыша

К этой милой руке...

Так душевно, красиво, легко...

Все же в Евгении Григорьевиче собственное поэтическое слово победила любовь к поэтическому переводу, а это прерогатива настоящих поэтов...

3. «Неотвратимый переход» (поэтический перевод)

Переход к новой творческой ипостаси был, похоже, неотвратим, и он состоялся. Е.Г Новичихин признает, что поэтический перевод любим им со школьных лет. Уже в 1978-м Евгений Григорьевич, ставший членом Союза писателей СССР годом раньше, получает премию Всесоюзного конкурса за лучший перевод стихов Юлиуса Янониса, проведенного Союзом писателей СССР и Госкомиздатом Литвы (председатель жюри — известный советский поэт Эдуардас Межелайтис).

...Но, как и многое другое в творчестве нашего героя, перевод стихов возник не на пустом месте. По воспоминанию Евгения Григорьевича, в школе был случай: опять же в девятом классе учитель немецкого языка дал домашнее задание перевести короткое стихотворение то ли Гейне, то ли Гете. «Можете попробовать, если получится, сделать стихотворный перевод», — сказал он. Я попробовал, и что-то получилось. Подошел урок немецкого... Когда я прочитал свой перевод, учитель поставил мне пятерку, тут же отобрал тетрадку и, как мне потом рассказывали, много лет после этого преподаватели немецкого языка читали на уроках мой перевод... Но от первых поэтических опытов до первой книжки прошло у меня полтора десятка лет...»

Первая книга с избранными переводами «Берега» появилась в середине девяностых. Потом были переводы с новогреческого «Песня, вернись в мое

сердце...» (2001), «Шепот души» (2002), «Действия времен» (2003), «Неотвратимый переход» (2016) (три последние книги изданы в Афинах), «Вливается прошлое в настоящее» (2005, Молдова), с украинского — «Запорожцы смеются» (2007, Украина), «Веселая азбука» (2005, Туркмения), «След» (избранные переводы — 2008) и другие. В 1988 году издательство «Советский композитор» выпустило сборник песен Златы Ткач «О родном крае», они были написаны на переведенные Е. Новичихиным стихи молдавских поэтов.

Воронежский поэт переводил стихи своих коллег из Чехии, Латвии, Молдовы, Туркмении, Чувашии... Но почему-то я уверена, основная его симпатия в этом жанре — Греция. Эту страну, ее культуру, литературу, географию Евгений Григорьевич любит и знает на отлично — Греция отвечает взаимностью!

Хочу отметить, что работа поэта-переводчика «оплачена той же монетой»: и его произведения переводились на чешский, болгарский, литовский, украинский, туркменский, казахский, чеченский, ингушский, марийский, чувашский, башкирский и другие языки народов мира.

4. «Дубль первый и последний» (проза)

Человек, решивший изучить свои силы и способности во всех возможных жанрах, естественно, не мог обойти прозу. Проба пера случилась в серьезном направлении: историко-краеведческие очерки. Конечно же, первые были о малой родине — «Верхнее Турово» (1994), еще — «Новоживотинное» (1994). Эти две книги отмечены дипломом Е. Болховитинова, учрежденным Воронежским областным Советом краеведов за лучшую краеведческую работу.

В 1997-м вышла книга литературных эссе «Вспоминки». В 2003 году написана и издана отдельной книгой повесть «Дубль первый и последний». Название говорящее. По признанию автора, повесть эта задумывалась как пародия на детектив.

Привлекла внимание читателей и повесть Евгения Новичихина «Черный клад», опубликованная в 2016 году журналом «Подъем». В ней нашли отражение социальные противоречия сегодняшней деревни, когда нравственный излом коснулся почти каждой российской семьи. Автор считает: «Я вообще уверен, что подлинное возрождение России возможно только на пути возрождения русского села. И, конечно, на пути возрождения отечественной духовности...» Повесть включена в новую книгу, которая выйдет в свет в 2019 году.

С годами пришла пора воспоминаний и размышлений: «Ветры памяти» (2004), «Былого лики и черты: Воспоминания, очерки и путевые заметки. Публицистика» (2012), «Добрый молодцам урок. Жизнь и судьба Анны Корольковой» (2014), «Штрихи. Воронежские писатели второй половины XX века» (2015).

«Ветры памяти» включили в себя воспоминания о встречах с писателями В. Сидоровым, А. Прасоловым, В. Ардовым, О. Кретовой, а также адресованные

Новичихину письма В. Пикуля. Тема душевного отзы-ва об ушедших воронежских литераторах Ф. Волохове, В. Попове, И. Евсеенко, Е. Люфанове, В. Гордейчеве, В. Белокрылове, Ю. Гончарове и других — основа книг «Былого лики и черты» и «Штрихи».

Кроме собственных работ, Евгений Григорьевич известен как составитель книг об известных людях — «Кудесник Белого Бима» (Воспоминания о Г. Н. Тропольском) (2013), совместно с В. В. Будаковым сборника стихов — «Милая малая родина» (Воронежский край в поэтической строке) (2009) и других книг.

Сложная и святая работа — передача потомкам воспоминаний об ушедших писателях. Обязательная миссия, за выполнение которой берутся почему-то не все. Все меньше остается на земле летописцев и летописей. К сожалению. И большая благодарность писателю за эту непростую работу. Еще и поэтому, думаю, писатель удостоен премии журнала «Подъем» «Родная речь» за документальное повествование «Добрый молодцам урок».

5. «Былого лики и черты» (публицистика)

«...В 90-х, когда в стране, а потом, соответственно, и в литературе, произошел раскол, наступило «смутное» время, когда закрывались книжные издательства и литературные журналы, я много работал как публицист», — рассказывал мне Евгений Григорьевич. Его публицистические статьи и очерки выходили в местной печати, в газетах «Литературная Россия», «Советская Россия», «Гудок», в ряде альманахов и сборников.

...Просматривала как-то нескончаемые архивные подшивки воронежских газет за 80-е, 90-е и «нулевые» годы, меня тогда не покидало удивление: темы о том, какими способами девушке привлечь мужское внимание, или о несчетных количествах гадалок, ворожей, целителей переходили из номера в номер как должное. И среди всё разрастающейся пустоты и бездуховности встречаются публикации Е. Новичихина о месте писателя в той жизни, о роли литературы... Он активно выступал в печати с актуальными вопросами о нравственности и в защиту культурного достояния России. В «Коммуне» № 8 от 10.01.1982 г. нахожу публикацию Новичихина «Ответственность таланта» — раздумья над призванием писателя.

В статье «Что читает Россия?» видна боль литератора о том, какие издаются книги в стране. И приводится вопиющий факт — в 1993 году А. С. Пушкин в России не издавался ни разу. «Появись сегодня в российской провинции новый Пушкин — не прозевает ли его Россия?» — спрашивает автор с горечью.

Закономерно и правильно, что Е. Г. Новичихин становится в 1995 году обладателем Булгаковской премии за цикл очерков в защиту русской культуры.

Книга «Былого лики и черты» объединила под своей обложкой работы писателя за два десятилетия, там, в числе другого, также публицистика. В прессе писали: «Представляя на суд читателей публицистические материалы, Евгений Новичихин признался: у него было искушение внести в тексты некоторые

коррективы с «точки зрения сегодняшнего времени и моих нынешних взглядов на развитие общества». Но он отказался от этой мысли — в таком случае исчезло бы ощущение тех дней, о которых писал».

6. «Опять надо жить» (киносценарии)

В одном интервью Евгений Григорьевич объяснял, что в мир кино пришел случайно: «Я в литературе человек непостоянный, хотя по жизни — совсем наоборот. В творчестве мне все время хочется попробовать свои силы в новом жанре. Именно поэтому я писал и стихи для детей, и прозу, и публицистику, работал в жанре перевода. Захотелось мне и попробовать силы в кинодраматургии. Все началось со сценария по одному из произведений Андрея Платонова. Сейчас вот работаю уже над четвертым сценарием».

Первый опыт оказался удачным. Впрочем, как и всегда. Сегодня сценарист рассказывает в автобиографии: «В 1999 году на киностудии «Мосфильм» заслуженным деятелем искусств России кинорежиссером Василием Паниным снят художественный фильм «Опять надо жить» по моему сценарию. Сценарий этот создан по мотивам произведений Андрея Платонова. Мне приятно, что на кинофестивале «Литература и кино», который проходил в Гатчине, этот фильм, конкурируя с более чем тремя десятками других кинолент, получил приз зрительских симпатий».

По сценарным работам Новичихина снято три художественных фильма: «Опять надо жить» (Мосфильм, 1999), «Ночь на кордоне» (Киностудия им. М. Горького, 2001), «На реке Девице» (Киностудия им. М. Горького, 2006). В его фильмах снимались известные всей стране актеры: Василий Лановой и Юрий Назаров, Галина Польских и Раиса Рязанова, Владимир Конкин и Александр Пятков, Аристарх Ливанов и Олег Анофриев, Спартак Мишулин и Лев Прыгунов, Геннадий Корольков и Павел Винник, многие другие.

Евгений Григорьевич — лауреат премии им. А. Платонова за фильм «Опять надо жить» (2000), Первого и Второго народного кинофестивалей России (2000, 2002). В 2003 году киносценариста Е. Новичихина приняли в Союз кинематографистов России.

7. «Действия времен» (работа и общественная деятельность)

Творчество — это процесс создания чего-то нового, ранее не встречавшегося в мире. Таково определение этого понятия. И можно задуматься: относится ли к творчеству служба и общественная работа? Даже если она выполняется человеком не дежурно. Не пытаюсь льстить (даже боясь этого), признаю: для Евгения Григорьевича эти обязанности в разных областях, какие случались в его судьбе, — настоящее созидание. Об этой стороне его жизни можно писать отдельную большую статью. Попробую рассказать коротко.

Трудовой путь Евгения Григорьевича в большей своей части был связан с работой в журнале «Подъ-

ем», в Воронежском отделении Союза писателей СССР (России), с журналистикой. Причем интересно то, что эта дорога была, как и в литературных жанрах, не единственной торной тропой, а некой сетью перекрещивающихся путей. В 1973 году придя в редакцию журнала «Подъем», Новичихин прошел путь от заведующего отделом поэзии до главного редактора. Работе в журнале отдано двадцать лет жизни. «Если быть точным, то в 1983 году из коллектива редакции мне пришлось уйти — меня избрали председателем правления Воронежской организации Союза писателей России, — рассказывает Новичихин. — Но, во-первых, я оставался членом редколлегии журнала, а во-вторых, как руководитель писательской организации, в стороне от работы журнала просто не мог быть. Организацию Союза писателей я возглавлял в течение пяти лет, после чего вновь возвратился в хорошо знакомый мне «подъемовский» коллектив, но уже в качестве руководителя. В 1993 году ушел из редакции, став директором Воронежского областного литературного музея имени И. С. Никитина».

В 1997 году Е. Г. Новичихин был назначен председателем комитета по культуре администрации Воронежской области. Несмотря на беспримерные финансовые трудности 90-х, руководителю областной культуры удалось сохранить все без исключения учреждения культуры и искусства. Проводимые в области фестивали и конкурсы получили всероссийское звучание. Большим успехом пользовались творческие отчеты сельских районов в областном центре. Был учрежден Народный кинофестиваль России, который привлек внимание ряда выдающихся мастеров киноискусства.

А еще надо помнить, что именно при Новичихине «Подъем» достигал своего рекордного тиража и что ему дважды (сначала в период работы главным редактором, а потом будучи руководителем культуры области) пришлось спасать журнал от гибели.

В начале двухтысячных писатель два года работал в Центре общественных связей Юго-Восточной железной дороги, являясь заместителем директора Центра и одновременно — главным редактором еженедельника «Юго-Восточный экспресс». В 2005–2007 гг. занимал должность заместителя главного редактора газеты ОАО «РЖД» «Вперед». В сентябре 2007 года воронежские писатели вновь избрали его председателем правления Воронежского отделения Союза писателей России. Эта работа длилась до осени 2010-го. С этого времени и до сегодняшнего дня Евгений Григорьевич — заместитель председателя правления.

Из автобиографии: «Общественной работой я занимался, кажется, всегда. Со школьных лет был комсомольцем. Когда учился в восьмом классе, меня избрали секретарем школьного комсомольского комитета. В 1971 году вступил в КПСС. В течение ряда лет возглавлял партийное бюро Воронежской организации Союза писателей. Оставался членом КПСС вплоть до 1991 года, когда партия была распущена. Но убеждений своих не поменял...»

С 1980 года он постоянный член правления Воронежской организации Союза писателей. Многие годы (вместе и поочередно) член редколлегии журнала «Подъем», журналов «Весела січ» (Запорожье, Украина), «Славянская душа» (Воронеж), «Юго-Полис» (Краснодар), а также ряда книжных серий.

Евгений Григорьевич много работает в разного рода творческих конкурсах и фестивалях: в качестве председателя конкурсной комиссии областной литературной премии «Кольцовский край», члена комиссии областной литературной премии имени В. А. Белокрылова и других. Кроме того, он состоит в комиссии по книгоизданию департамента культуры Воронежской области.

В качестве делегата от Воронежской писательской организации участвовал в работе ряда съездов писателей России, а в составе делегации России — в VIII и IX съездах писателей СССР. На протяжении нескольких лет работал заместителем председателя ревизионной комиссии Союза писателей России, много лет был членом правления СП России, а в 1995–2013 гг. — секретарь правления. В 2010 году избран председателем правления Фонда поддержки культурного наследия Воронежской области.

Писатель нескольких лет возглавлял Воронежское отделение Российского фонда милосердия, пропуская человеческие боли и беды через свое сердце. Был также членом правления Российского фонда.

Общественная работа отмечена Почетным знаком Советского фонда мира, значком «Отличник культурного шефства над Вооруженными Силами», знаком отличия Федеральной пограничной службы России «За заслуги в пограничной службе» II степени — за установление тесных связей между учреждениями культуры области и пограничниками. Лауреат форума «Достояние культуры Воронежа» (2008) в номинации «Духовное служение».

Первая государственная награда писателя случилась в 1989 году — почетное звание «Заслуженный работник культуры России».

В 2010 году Указом Президента России Новичихин Е. Г. награжден орденом Дружбы за заслуги в развитии отечественной культуры и многолетнюю плодотворную деятельность.

Спустя четыре года, в 2014-м, указом губернатора области писатель награжден медалью «За труды во благо земли Воронежской».

...Сегодня писатель признается: «Да, я работаю в самых разных жанрах литературы. Объяснить это могу только одним: свойствами своего характера. На определенном этапе мне надоедает работать в одном жанре и хочется попробовать свои силы в другом. Плохо это или хорошо — не знаю. Как есть, так и есть. В людях очень ценю талант. Любой. Талант писателя, талант художника, талант рабочего и крестьянина. Подлинный талант не в силах погубить ни время, ни власть, ни богатство, ни нищета. Но я знаю немало примеров, когда талант погублен не порядочностью его обладателя. Поэтому выше любого таланта ставлю обыкновенную человеческую порядочность...»

Пора итогов еще не пришла, но уже много лет радуга творчества Евгения Новичихина горит разноцветными огнями его работ, признанием его трудов государством и обществом, а главное — обыкновенной читательской любовью.

P. S. Когда эти заметки были практически готовы, я сняла с полки книгу Е. Г. Новичихина «Крокодила звали Нил» и стала ее листать. И вдруг на 129 странице увидела стихотворение «Сколько цветов у радуги?» Меня это поразило: все сошлось — я почувствовала что-то, по наитию так назвав свой краткий обзор творчества писателя.

А стихотворение звучит так:

Радуга устроена,
Как пирог слоеный:
Красный слой,
Оранжевый,
Желтый и зеленый,
Голубой и синий
Рядом с фиолетовым...

**Семь цветов у радуги –
Надо знать про это вам!**

Надежда Копылова

Моей души «коснулась благодать»...

Жизнь... Звучит, на все лады играет
Горем, счастьем, смехом и слезой.
И с орбиты звуки посылает
В черное пространство Шар Земной.

Распластались, держимся покуда...
Что там? Кто там дышит у руля?
Неким Чудом созданное Чудо —
Жизнь Земли, пространства, жизнь моя.

Страшно. Сладко мне — молекуле вселенной.
Что есть я? С улыбкой и слезой?
Под твоей ладонью, тоже тленной,
Я сияю в Вечность крохотной звездой.

Моей души «коснулась благодать»
Лесных дорог и снежных наслаждений,
Речных объятий и морских волнений,
Готовых забаковать, заласкать.

Моей души «коснулась благодать»
Цветка, восхода и заката,
И тайны тайн пушистого собрата:
Глядит, молчит, как будто бы сказать

Мне что-то хочет, нет... мне не понять...

Речка юности, здравствуй. Привет.
Не суди отраженьем мое:
Столько Бед. И Потерь. Столько лет!
Все мое. Что поделать — мое.

Ну а ты, как тогда, молода.
Вон — кувшинками радуешь глаз.
Только лилий стыдливый наряд —
Он уже не про нас. Не про нас...

Осенняя весна бушует за окном
И треплет белокипенные вишни.
Осенняя весна так выстудила дом,
Что счастье спряталось, притихло.

Березы клейкий лист сорваться
не спешит,
Надеется, что сгинет непогода,

И сердце по-весеннему стучит,
В осеннее не верит время года.

Дождик льет. Поливает усердно.
Под ногою пружинит наст.
Сколько радости в этом болезном,
В этом стылом мире для нас:

Радость вздоха и радость шага,
Радость ветки, хлестнувшей в лицо.
И опять неразумное стадо
У догори в обнимку с пеньком.

Под звуки Бетховена...

Бабушке, маме, тете

Как буду любить их,
Когда с ними Встречусь!
Как буду любить
Недолюбленных Здесь!
На все их вниманье
Я нежно отвечу,
Земное отринув
Как лишнюю весть.

Как буду любить их...
Одним дуновеньем
Я памяти метки
Земного сотру.
Живу. Я живая.
А сердце трепещет –
Причастия просит
Другому Добру.

В. Ф.

Когда звучит рояль...
Когда скрипач на сцене
И дирижер мелодию ведет,
Тебя я вспоминаю непременно,
И ярче музыка в душе цветет.

Но почему? Не знаю. Нет ответа.
Наверное, мгновений чистота
Переплетается в высотах неких. Это
Их общий дом: хозяйка — Красота.

.....
Наверное, любовь. Ведь и любовь —
музыка¹.

¹ «Но и любовь — мелодия».

Об авторе: Копылова Надежда Ильинична работала в ВГУ с 1975 по 2018 гг. Кандидатскую диссертацию «Фольклоризм русской романтической баллады первой трети XIX века» защитила в 1975 г. под руководством профессора С.Г. Лазутина. Научные интересы: история и теория лирики, фольклоризм литературы.

Так сказано давно!.. И вот воскресло вновь.
И каждый раз душа моя открыта
Созвучьям, оживляющим любовь.

Людмила Сёмина Годовые кольца

Вальс-Бостон

Старушка-гном весь день у телевизора
пасьянсы бесконечные плетёт.
Всё отошло. И только у провизора
ещё открыт её последний счёт.

Дышать всё тяжелей. Хрипят и булькают
комочки лёгких в скрюченном горбу.
Но — бант на шейке.

Ножки в белых туфельках.
Готова хоть сейчас лежать в гробу.

Читать уже невмочь. С огромной лупою
разглядывает старенький альбом.
Ворчит, что вот была когда-то глупою
сестричкою в военно-полевом.

Что вспоминает? И чего так жалко?
Сын той поры давно уж отлетел.
Жил без отца. Ни шатко — и ни валко.
Что был, что не был. Снимок пожелтел.

В альбоме этом с выцветшими снимками
её не снятое никем кино.
Перебрала всю жизнь в уме песчинками,
за каждый шаг ответит, если что...

Закутается в шаль. Задремлет в кресле.
Лицо разгладится.

Чуть слышен сладкий стон.
Дом офицеров ей приснится в блеске
хрустальной люстры. Танец вальс-бостон.

И медленно плывут по кругу лица
уже забытых молодых людей.
Шагнула ножка, чтобы тоже влиться
туда, где живы все. Ей там родней.

Очнулась. Задрожали веки мелко.
Слеза ползёт по сеточке морщин.

Об авторе: Людмила Сёмина работала в газете «Восточно-Сибирская правда», журнале «Молодой коммунист», «Российской газете», общественных и государственных органах. Но главной считает в своей биографии «Комсомольскую правду», где трудилась сначала собкором по Молдавии и Одесской области, затем возглавляла студенческий отдел редакции. 15-й год Людмила Сёмина является «главным мотором» клуба ветеранов – журналистов всех поколений «Комсомольской правды».

До, ре, ми... соль — сквозь толщу снеговую
Неизмеримых лет дизель... берет...
Нет, о тебе давно я не тоскую:
То скрипка плачет. Плачет и поет.

Что вспоминать –
всю жизнь по кругу белкой,
не до амуров обходительных мужчин.

Все радости наперечёт, по капле,
тот вальс недаром снится иногда.
Старушка-гном лекарство в чашку капает
и спрашивает вновь пасьянс — когда?

Вечер с редактором

Серым жемчугом небо окрашено,
шёлком дымчатым стала трава,
словно смазанный штрих карандашный
притушил всё вокруг до утра.

Ветки тень прочертила гардину.
Тьма углы заполняет собой.
Режет ламповый круг гильотинно
Полумрак и поток световой.

В мундштуке отстраненном бамбуковом
позабыто окуроч дымит.
В старой папке с потёртыми буквами
опечаток штрафной кондуит.

Свежеизданный томик поэта
скромно прячет в тени переплёт.
Чуть замедлен на кнопках планшета
пальцев сбивчивый перелёт.

Истончившееся запястье,
лоскуток кружевного жабо...
Видно, как надо лбом в одночасье
белым пламенем прядь обожгло.

Утомлённый прищур за очками,
меж бровей изумлённый надлом.
Отмеряя минуты качками,
мягко тикает метроном.

Красным шрифтом помечена правка.
Всё длинней замечаний реестр.
Приготовлен конверт для отправки
и на рукопись выставлен крест.

Занесён в отказной лист учётный
адрес автора. Принтер гудит.
И фломастер автографом чётким
подмахнёт беспощадный вердикт.

Плащ из шкафа крылом вылетает:
тонко звякнул рингтон, как фарфор.
Шляпка с пёрышком прядь прикрывает.
Прострочили шаги коридор.

Жемчуг серый стал угольно чёрным.
Мглой окрестность обнужена.
Только конусом усечённым,
как прожектором, светит луна.

Промелькнёт силуэт угловато,
канет в бархат ночной без следа.
Равнодушно и подслеповато
вслед глядит тусклых стёкол слюда.

Воровато, как тать, проникает
меж уснувших домов цепкий смог.
В книжном чреве, на казнь обрекая,
ждёт рассвета убийца-письмо.

Александр Титов

Рассказы о «районке»

Доярка Лиза

Тема животноводства была популярной в 1950–60-е годы. Сотрудник районной газеты Вихров позвонил в колхоз, спросил имена лучших работников молочной фермы. Ему назвали молодую доярку Лизу: «Девушка нашла свое призвание!»

Молодой журналист тотчас принялся за вдохновенный процесс сочинительства: «Лизе Ивановой семнадцать лет, сразу после окончания школы она пришла работать на ферму...»

«Ты у нас молодой писатель, у тебя должен получиться отличный очерк! — напутствовал редактор. — Только не затягивай, после обеда материал должен быть у меня».

«Похвалил, и тут же нагрузил работой...» — подумал Вихров, однако отказаться нельзя.

«С большой настойчивостью молодая доярка взялась за изучение животноводческой литературы, — написавшись на желтой газетной бумаге вторая фраза, пришедшая в голову. Теперь эту фразу надо окружить другими предложениями. — Книжки раскрыли перед девушкой увлекательную картину борьбы лучших доярок страны за рост молочной продуктивности коров, их приемы и методы работы обогатили девушку знанием основ зоотехнии».

Что еще добавить? Рука с чернильной авторучкой тянется к бумаге.

«А не хотела бы ты, Лиза, стать дояркой?» — спросил однажды зоотехник. Вопрос был неожиданным, ведь Лиза собиралась в Лебедянь — учиться на портниху.

Вихров почесал вспотевший лоб — нелогично получается — Лиза читает книги о доении коров и в то же время мечтает стать портнихой... Ладно, сойдет! Умный не скажет, дурак не догадается!

«Работать дояркой почетно и ответственно!» — сказал зоотехник.

«Я не один раз слышала это от самих доярок, читала об этом в книгах и газетах!» — вздохнула Лиза. Зачеркнул слово «вздохнула», написал сверху «сказала». Сельский репортер выдумывал диалог и сам потихоньку вздыхал.

«Семнадцатый год тебе пошел, уже не маленькая, справишься!» — напутствовал зоотехник.

И начала Лиза работать дояркой. Приходила на ферму к шести часам утра, первым делом вычи-

щала стойла коров от навоза, меняла животным подстилку, затем раскладывала корм, брала в руки скребок, отчищала шерсть сытых животных до яркого шоколадного оттенка...»

«Не загнул ли я насчет шоколадного оттенка?» — думал Вихров. Фантазия в газетах недопустима. Однажды он написал про бригадира каменщиков: «Его густые черные кудри шевелил теплый ветер». На другой день бригадир пришел в редакцию, зашел в кабинет и молча снял фуражку — он был почти совсем лысый...

«Затем она выпускала коров на полтора часовую прогулку на падьворок, на свежий воздух. По совету опытных наставниц за двадцать дней до отела Лиза уменьшила в рационе количество сочных кормов и концентратов, а за десять дней до отела перевела коров на чистое сено...»

Молодой корреспондент набрался этих премудростей из книжки по животноводству, которая всегда была под рукой. Размышляя о незнакомой Лизе, встретиться с которой уже не было времени, Вихров продолжал выдумывать очерк.

«Лиза обмывала вымя теплой водой, насухо вытирала его (Вихров заглянул в учебник зоотехнии), затем в течение пяти минут делала массаж...» — Корреспондент отложил авторучку, в которой кончились чернила, перевел дух.

Подошел редактор, заглянул через плечо: «Толково пишешь! Почти как я в молодости!.. Бузуй дальше!..»

«Новорожденных телят Лиза принимала только сама, через полчаса после отела поила корову теплой подсоленной водой, через час доила ее и поила теленка материнским молоком. Ее любимица Звездочка тоже отелилась, дала 12 литров, через месяц 15, после 17. Это ее трудовой подарок очередному съезду партии»

Редактор советовал фразу насчет съезда вставить в конце очерка.

Вихров вспомнил о главном — Лизу недавно принял в комсомол:

«На отвороте ее пиджака золотом засверкал комсомольский значок».

«Пойдет!» — одобрил шеф.

Вихров заглянул в старую газету, где были напечатаны условия оплаты труда доярок.

«Заработок Лизы составил 700 трудодней в год, она выполнила свои обязательства — надоить 2500 кг молока от каждой коровы. Дополнительная оплата составила 2000 рублей. Аванс на трудодни — 30 пудов пшеницы, 650 кг ржи. Кроме того Лиза принимала активное участие в ремонте коровника. Она настояла на том, чтобы на ферме производилось запаривание соломы — это было сделано впервые в истории колхоза!»

Спустя час очерк был готов и отдан в набор лино-типисту. В соседней комнате послышалось звяканье наборной машины, запахло горячим свинцом, отливающимся в свежие блестящие строки.

Редактор довольно потирал ладони — газетный номер сверстан!

Молодой писатель Вихров шел домой усталым, но довольным — очерк удался! Вечером он собирался написать фантастический рассказ в стиле Р. Брэбери о том, как советские космонавты первыми полетели на Луну и какие у них были там приключения. Но сил на фантастику у молодого писателя не было, к тому же он обещал матери прополоть десять грядок картошки.

У меня было такое же пальто...

1967 год. В Дом культуры привезли фильм «Журналист», и мы, сотрудники районной газеты, пошли на него всей редакцией. Этакий совместный «культурный поход».

«Пресса пришла!» — перешептывались зрители, поглядывая на газетных «зубров».

Мне, начинающему фотокорреспонденту, было лестно сидеть рядом с известными в здешних кругах людьми. У некоторых пишущих товарищей были красные носы — перед фильмом местные «писарчуки» приняли по сто пятьдесят, а, может, и поболее граммов... В то время слово «журналист» в провинции еще не было в ходу, мы говорили о себе просто, но с гордостью — «газетчики»!

Фильм «Журналист» — заранее объявленный шедевр (в центральных газетах прошло множество хвалебных рецензий), до нашей глубинки фильм добрал лишь осенью.

Районные газетчики надеялись увидеть конкретную работу столичного журналиста, а им показали любовную историю в духе итальянского неореализма, модного в то время, как были модны болоньевые плащи, мелькающие на экране и шуршащие в полутемном кинозале.

По сюжету фильма московский журналист, приехавший в провинцию по делам, пытается соблазнить скромную девушку, затем возвращается в столицу. На какое-то время он забывает об этой командировке. На этом можно было бы ставить точку, но была еще и вторая растянутая серия — о поездке журналиста Алябьева за границу.

Наутро следующего дня в редакции состоялось что-то вроде обсуждения фильма, все сошлись в едином мнении: серость! скука! киношная богема! Где мысли, страсти, эмоции? Где неистовое сердце настоящего журналиста?

Хрущевская оттепель закончилась, художественные деятели в то время уже не знали, что можно сказать зрителю с экрана, а чего нельзя. Даже известные советские режиссеры, «сливки» тогдашней элиты, не отваживались на создание фильмов социальной тематики.

Я надеялся увидеть на экране сердитых газетных начальников, вроде моих редактора и ответска, но таковых в «Журналисте» не было. Осознавал ранним юношеским умом: редакции во всем мире примерно одинаковы — есть люди талантливые, пришедшие в ту или иную редакцию по призванию, но есть и такие, кто протирает здесь штаны или устроен на работу по блату.

И вот журналист Алябьев, главный персонаж фильма, вдруг очутился за границей. На Западе в то время давно уже нет «братьев по классу», но нет и явных врагов.

В фильме показан Париж, остров капиталистического рая. Советская делегация выглядит импозантно, она вписывается в капиталистический комфорт, диалоги ведутся ничем не примечательные. Алябьев и за границей остается таким же идеологически вялым и «мутным товарищем», как, впрочем, и его оттепельные наставники. В этой неопределенности, расплывчатости был запечатлен комфорт западной жизни, показанной нам, сельским жителям 67-го, не снимавших резиновых сапог до Нового года. В то время в нашем райцентре еще не было ни клочка асфальта.

Впрочем, советские кинозрители могли гордиться тем, что наши люди, очутившись за рубежом, выглядят вполне достойно и так же могут сидеть за чашкой кофе с глубокомысленным выражением лица и вальяжно развалившись в кресле.

Образ Алябьева символизирует собой начало застоя. Общественный творческий порыв в эпоху Алябьевых закончился. В этом скрытая трагедия лирического героя 60-х.

Мы видим на экране западный провинциализм, не идущий ни в какое сравнение с величественной Москвой. Глушь Запада, где Париж воспринимается как симпатичная провинция пусть даже и с популярной певицей Мирей Матье, выступающей перед советскими гостями.

Мнение вчерашнего школьника в редакции не учитывалось, но про себя я думал: чем-то фильм меня все-таки задел! Наверное, непривычным для советского зрителя индивидуализмом, живым и добрым эгоизмом Алябьева. И пальто у меня было точно такое же, как у главного героя фильма «Журналист», и прическа — один к одному, и сам я был немного похож на актера Васильева.

Кончались «оттепельные» шестидесятые, на смену «лирикам» и «физикам» приходили серые герои, тихие профессионалы, не затрагивающие горячих социальных тем. Гораздо проще критиковать советских мещан времен угасающего социализма.

Возвращение Алябьева в уральский городок к девушке Шуре — киношный «рояль», с треском вытасканный из кустов. В кино подобные «рояли» просто необходимы, без них фильмы не имели бы

завершения. У Алябьева экранного, как у человека, стремящего к истинной жизни, нет другого выхода, кроме как остаться в провинциальном городке, хотя всем понятно, что он здесь не нужен, в силу привычки и склада характера он, после Москвы и Парижа, не сможет жить в глухой провинции. А возьмет ли Алябьев Шуру с собой в Москву — большой вопрос.

Анна Шишлянникова

Затерянные в лесах

Проба фельетонного пера

«Не надо было этого говорить. Не надо! Сглазила!» — каялась и винила себя потом Нюся. Но это потом...

...А утром, перед традиционной поездкой на базу отдыха «Веневитиново» (там на факультете журналистики ежегодно отмечали конец 1-го семестра), Нюся размышляла, что ей обути: на улице слякоть, лужи, грязь. Старые зимние сапоги промокают, а новые — замшевые — тоже, поди, напитаются водой, и ноги будут весь день мокрые.

— За городом наверняка не будет такой сырости. Надевай зимние сапоги, будет удобно гулять по снежку, — советовала дочь Светлана. И ведь как она была права! Не зря все-таки Нюся дочь растила: умница получилась! Нужно было Нюсе послушать ребенка. Но ведь не послушала:

— Главная моя задача — по городу добраться до факультета, до нашего автобуса. А дальше мне сам черт не брат! До места довезут. А на самом-то Веньке нам долго гулять не придется. Ну пройдемся слегка — 50 метров до речки и обратно. И — в теплый домик! Наше дело шашлыка ждать, пока Петр Иванович пожарит.

Вот! Зря Нюся с такой уверенностью заявляла, что гулять не придется. Ох, зря! Именно в это время и в этом месте и сглазила...

Надев резиновые сапоги, Нюся отправилась на Хользунова, 40а. Сапожки как раз оказались к месту, по погоде: шоферюги, эти враги рода человеческого, вечно останавливают автобус прямо посреди лужи. А пассажирам приходится, чертыхаясь, преодолевать ее вброд.

...Злоключения начались с того, что заказанный ПАЗик приехал с опозданием минут на 25–30. Такое поведение водителя отнюдь нельзя было назвать образцовым. Ну да ладно. В конце концов, что такое 30 минут по сравнению с вечностью? Пережить можно. Но сам факт такого раздолбайства настораживал.

Загрузив в автобус все необходимое для пикника, члены дружного коллектива в количестве восьми человек и сами погрузились, разместились, перебрались. И автобус тронулся. В добрый путь!

Таков был мой тогдашний взгляд на фильм про журналиста. Я был гораздо моложе Алябьева, мне в ту пору было семнадцать с половиной лет! А то, что я работал фотокорреспондентом в сельской газете, а не в столичной, меня нисколько не огорчало.

Липецкая область

Однако шофер Анатолий как-то сразу повел себя подозрительно. Начал подавать реплики, в которых выражал сомнение, что путь окажется добрым: мол, как бы не увязнуть в снегу. А то кто будет нас вытаскивать?

— Помилуйте, дружок, — пыталась возражать Нюся, хотя у нее машины не было, как и водительского опыта, и опиралась она только на логику. — Почему же мы увязнем? Дорога должна быть накатанная, мы же не по целине поедем!

Но Анатолий это замечание проигнорировал. И, наверное, в подтверждение того, что нас ждут тяжкие испытания, стал уже в городе (на ровном месте, на асфальте!) мотать автобус взад-вперед так, что у Нюси чуть не приключилась морская болезнь.

Худо-бедно по городу проехали, миновали Боровое и Сомово, свернули в лес. Тут бухтение водителя стало набирать обороты. Смысл все тот же: не проедем, не проедем! И наконец — вот вражина! — остановил автобус. Спрыгнув с подножки, пошел вперед разведать путь: пугала небольшая возвышенность впереди. Вернувшись, вынес окончательный вердикт: нет, не проедем!

Ну почему же, почему?! Как встречные, так и обгоняющие ПАЗик автомобили легко преодолевали «перевал Дятлова» (так иронически окрестили маленький холмик зубоскалы-журналисты). Но Анатолий был неумолим, и все его речи сводились по своей сути к одному: вытряхивайтесь, господа хорошие, из автобуса, не отягощайте жизнь честного водителя. Вот только честный ли он? Это вопрос. По дороге до Венька, все три километра, участники пешеходного рывка анализировали поведение Анатолия и пришли к выводу: нет, все-таки не честный! Наверно, были, были у него какие-то свои виды на этот день.

...А Нюся шла по обочине дороги, морщась от боли в пояснице и загребая снег резиновыми сапогами. И при этом кляла себя на чем свет стоит. Вот тебе и «не придется долго гулять»! Истинно, хочешь насмешить бога, сообщи ему о своих планах. Одно слово — сглазила. И мало того, что сама пострадала, так и остальные с ней за компанию. Правда, они не особенно расстраивались, а некоторые даже,

¹. Любое совпадение имен, фамилий и событий с реальными является не случайным, а абсолютно закономерным.

наоборот, ликовали: когда еще придется пройтись по зимнему лесу! Конечно! Они же, в отличие от пожилой Нюси, — молодые, здоровые. И не в резиновых сапогах...

Добравшись за час до базы, все оживились. Одни отправились в баню, которая к их приходу уже была натоплена, другие стали накрывать на стол, собираясь в ожидании первых перекусить чем Бог послал. А Бог (в лице Юлии Николаевны Мажариной, которая намеревалась отмечать с коллегами день рождения) послал в тот день сыр, копченую колбаску, бутерброды со шпротами, необыкновенной красоты и вкуса салат «Грибная поляна», а также маринованные грибки в чистом виде, соленые помидорчики, огурчики, зимний консервированный салатик, квашеную капустку... Это не считая будущего шашлыка! Напитками Бог тоже не обидел. Так что, хлопнув с устатку по рюмашке коньячку и закусив разносолами, отдыхающие отогрелись телом и душой и уже со смехом вспоминали приключение в пути.

Дальше — лучше. Вернувшийся из баньки Петр Иванович Новиков стал разжигать угли, готовить мангал. Остальные продолжали застолье. Но умеренно: сэкономили место в желудке для шашлычка.

А что это, кстати, Петр Иванович там замешкался? Хочет, чтобы мы слюной совсем изошли? Ох ты Господи! Вот ведь — опять незадача! Мангал оказался хромоногий. Угли, которых в пакете почему-то было до обидного мало, быстро прогорели, не успев отдать благодатный жар маринованному мясу. Спасибо, хоть мужики смогли в бане разжиться угольком, и шашлык благополучно достиг нужной кондиции. Зато вкус! А аромат!

— Петюня! Это лучший шашлык из всех, которые ты когда-либо готовил! — рассыпалась в комплиментах Нюся.

— Да ты каждый раз так говоришь, — флегматично возражал Петр Иванович.

— Ну так здесь нет ни слова лжи. С каждым разом получается все вкуснее и вкуснее. Мастерство все растет и растет! — парировала Нюся, поглощая пахнущее дымком нежнейшее мясо.

И так всех разморило, так расслабило! Такие все сделались благодущные и веселые. С душой спели «И шашлычок под коньячок вкусно очень...» И уже просились на волю слова: день удался! Но стоп! На это есть у немцев пословица: «Не хвали день до вечера». Ох, не хвали. Немцы-то они ведь не дураки: зря не скажут...

А вечер между тем приближался. За окнами начинало смеркаться. На землю опускалась синева. Да и подмораживать стало к ночи. Пора и об отъезде подумать.

— Отъезд назначен на 17.00, — объявил организатор поездки Андрей Золотухин.

— Так 17.00 уже пропикало. А откуда нас должны забрать? Отсюда? Или от «перевала Дятлова»? — раздался голоса.

Эти вопросы поставили Андрея в тупик. Поразмыслив, он велел всем оставаться на местах. Сам же набрал номер водителя. Никто не отозвался...

— Спокойно, будем ждать до 18.00.

— А что потом? Может, нам лучше выдвигаться своим ходом, чтобы пораньше дойти до шоссе, — робко предложила Нюся. Ответом на ее слова был дружный хохот коллег. А что, собственно, смешного она сказала? Но, видимо, еще не все осознали, что их ждет впереди. Если логически рассудить (а у Нюси с логикой было все в порядке), то ежели уж днем Анатолий не захотел сюда ехать, то ночью и подавно не поедет.

Но раз командир приказал ждать, все повиновались. Андрей продолжал названивать, Анатолий продолжал отмалчиваться. Тогда Золотухин стал пробиваться в гараж. Там тоже ответили не сразу. Когда же взяли трубку, сказали нечто невразумительное: мол, автобус выехал. А нам, дескать, не до вас. Тут у нас пожар: загорелся телевизор. Больше с затерянными в лесах путешественниками на связь выходить не пожелали. Или, может, насмерть угорели в дыму?

Настроение с каждой минутой шло на спад, и на смену смешкам и шуточкам подступало уныние. Чтобы отвлечься и скоротать время, коллеги и друзья начали сообща разгадывать кроссворд из газетки, прихваченной утром на факультете (как давно это было!). «Старинный воинский доспех в виде рубашки из металлических колец»? — зачитывает Нюся. — «Кольчуга!» — дружно отвечают образованные коллеги. И в подтверждение своих слов поют «Под железный звон кольчуги...» «Плодовое деревце, заметное своими яркими плодами, остающимся на ветвях растения до глубокой осени и даже всю зиму»? — «Рябина!» И женщины, пригорюнившись, выводят «Что стоишь, качаясь, тонкая рябина?» «Тонкая длинная щепка сухого дерева»? — «Лучина!» Тут Петр Иванович, знаток литературы и фольклора, затягивает заунывную народную «Догорай, гори, моя лучина...» Остальные — тоже не лыком шиты! — подхватывают: «Догорю с тобой и я...» Прямо в тему! Просто слеза прошибает. Бродячие собаки подтягиваются поближе к избушке и начинают жалобно подвывать.

Так словечко за словечком разгадали наши эрудиты весь кроссворд, да еще и с песнями! Не нашлось почему-то музыкального сопровождения только словам «катет» и «пилястра»...

Вдруг за закрытой дверью на крыльце слышатся тяжелые шаги и приглушенное чавканье с урчанием. Все настороженно поворачиваются в том направлении. «Это, верно, кости гложет красногубый вурдалак...» — задумчиво изрекает интеллигент, любитель Пушкина Юрий Анатольевич Гордеев. Дверь со скрипом открывается. Уф! Слава Богу, свои. На пороге появляется Виктор Георгиевич Дремачев, на ходу доедающий кусок шашлыка. Это он выходил с телефоном на улицу: там связь лучше ловится.

Между тем оставшиеся в городе родственники активизируются. Одной молодой коллеге то и дело названивают (как-то ж дозваниваются!) малолетние дети — плачут, соскучившись по мамке. Другой звонит муж — сердится, что жены долго нет дома. «Ты где? Что это за отмазки: не приехал автобус! Разве это возможно в такой солидной организа-

ции, как ВГУ?! Кто тебе поверит? Быстро домой!» Ха, легко сказать!

У Нюси маленьких детей нет. Мужа тоже. Давно уже... И если он и сердится в тот момент, то где-то далеко и, слава тебе Господи, не на Нюсю. Правда, взрослая дочь Света регулярно присылает сообщения: беспокоится за мать, представляя, как та по пояс в снегу в своих холодных сапогах пробивается в ночном лесу к цивилизации, к людям. А из-за кустов высовываются волчьи морды с горящими фосфорным зеленым светом глазами: ждут, когда Светина любимая мама, обессиленная, упадет замертво и можно будет спокойно ею поужинать. Вон она какая жирненькая! Вкусная, наверно...

Приближается время «Ч», а связаться с Анатолием так и не удастся. Ну что ж, сколько ни сиди, а как-то домой добираться надо. У Нюси, которой передалось дочкино тревожное настроение, в воображении возникают мрачные картины, как их группа «потерпевших крушение в ночи» медленно движется в сторону города, как сама она плетется, еле перебирая обмороженными ногами в резиновой обуви... Как, сжалившись над ней, коллеги делают из сосновых веток (связав их с помощью Нюсиного же шарфа) волокушу. Для несведущих: «Волокуша — это особое приспособление для перевозки на лошади тяжестей по бездорожной местности; две длинные волочащиеся по земле оглобли, скрепленные на концах поперечиной, к которой привязывается кладь». В волокушу вместо лошади впрягаются двое сердобольных коллег (один не справится!) и, выбиваясь из сил, тащат Нюсю, лежащую на волокуше в качестве клади. «А вы, Анна Михайловна, тяжеленькая, несмотря на маленький рост!» — жалуется кто-то из них. «Да не так чтобы очень, — вяло возражает вцепившаяся в волокушу Нюся. — Просто в пути и иголка тянет, как говаривала моя бабушка».

...Но в поток полубредового Нюсиного сознания неожиданно вторгается спокойный и рассудительный голос Валерии Вячеславовны Колесниковой, которая взяла командование в свои маленькие, но сильные руки. В прошлом Лера — телережиссер, и руководство действием для нее не в новинку:

- Нужно вызвать такси, две машины.
- А они сюда поедут?

— Попробуем!

Ура! Заказ у Леры приняли, и приободрившиеся «доценты с кандидатами» чуть ли не вприпрыжку мчатся к воротам — ждать. Появилась надежда. А это великая сила!

И вот «могучая кучка», переминаясь на морозце, стоит у ворот. Проходит минут тридцать. Нюсины ноги крепко спаялись с резиной сапог и, кажется, существуют изолированно от холодеющего Нюсиного тела. Нюся понимает, что еще полчаса — и ее недавний бред может стать явью: обморожение, гангрена, ампутация... Но наконец среди деревьев блеснул луч света: это фары приближающейся машины. Четверо усаживаются в «Ладу-Приору» и — через час уже дома, отогреваются крепким чаем. Жизнь хороша!

А что же остальные четверо? А к ним судьба оказалась не столь благосклонна. Водитель второго такси — выходец из Средней Азии, плохо понимающий по-русски, — перепутал базу отдыха «Веневитиново» с Музеем-усадьбой Д. В. Веневитинова и уехал в Новоживотинное. Так что бедолагам пришлось ждать на час дольше и платить водителю на 200 рублей больше — за лишний пробег. Но в итоге все-таки до полуночи всех путешественников развезли по домам. Да, ничего не скажешь, хорошо отдохнули! Только устали очень, как говорил Аркадий Арканов в одной своей интермедии. Ну да ладно, живы — и на том спасибо... Как говорится, тело заплывчиво, а дело забывчиво...

На следующее утро Нюся методично обзванивала коллег и просила прощения за то, что это она сглазила поездку, из-за нее все злоключения. Ее великодушно простили. Одна лишь Татьяна Николаевна Хомчук-Черная, иронически фыркнув, сказала:

— Нюся, да у тебя мания величия! Угомонись! Не преувеличивай свою роль в этой истории. Когда мы на кафедре сидели и ждали автобуса, а он все не ехал, Тамара Павловна (лаборант) еще посмеялась: «Ничего, пешком пойдете!» Вот и напророчила, Кассандра наша новоявленная...

У Нюси в груди полегчало и потеплело — это с души свалился камень:

— Ах, вот кто, оказывается, истинный виновник наших перипетий! Ну, Тамара, погоди!

Людмила Громова

Историк отечественной журналистики

Аннотация: Е. В. Ахмадулин — известный исследователь истории отечественной журналистики начала XX века. Обзор его научных и учебных работ включает рассмотрение методологии ретроспективных исследований, концепций периодизации, применение системного подхода, принципов историзма и типологических методов в анализе исторических тенденций и метаморфоз, происходивших в российской журналистике в самый сложный период её функционирования. Особо выделяется роль и значение трудов ученого, посвященных изучению прессы политических партий России в 1905–1917 гг., а также создание учебников по истории отечественной журналистики XX века для студентов, обучающихся на факультетах и отделениях журналистики.



Ключевые слова: история отечественной/российской журналистики, пресса политических партий, система журналистики, методология, типология, исследование, статья, монография, учебник

Приступая к научному обзору публикаций Е. В. Ахмадулина в области истории отечественной журналистики, я задала себе вопрос: когда и почему уже известный исследователь региональной печати вдруг переключился на всероссийский масштаб малоизученного к тому времени периода журналистики? И вспомнила один примечательный эпизод. В самом начале 2000-го года на заседании учебно-методического объединения (УМО) по журналистике в МГУ был поднят вопрос (профессор М. М. Ковалева) о содержании преподаваемого курса истории отечественной журналистики начала XX века. По традиции пресловутого пролетарского периода студенты изучали большевистскую печать. Кто напишет учебное пособие, содержащее сведения о всей журналистике этого периода. И тогда встал доцент Ахмадулин и заявил, что он напишет такое пособие. Его поддержал профессор Б. И. Есин, видимо, хорошо осведомленный в наработках Е. В. Ахмадулина. Но большая часть присутствующих на заседании УМО была уверена, что такая задача не выполнима для «провинциального» исследователя.

Сам собой возник вопрос: с каким научным багажом пришел на новую стезю сам инициатор учебного пособия. А видимый (публикационный) багаж по истории российской журналистики (исключая региональную) к тому времени был не очень

велик. В статье «Печать России в 1909 году» [1], опирающейся на сведения аналитиков Главного управления по делам печати, автор дал некий системный срез состояния политической прессы в год спада революционного движения, начатого в 1905 году. А к разговору на УМО он привез только что изданную монографию «Правительственная печать России (конец XIX в. — февраль 1917 г.)» [2]. В ней впервые системно и полно представлена история становления и развития официальной правительственной печати (в том числе и провинциальной) от формирования ее как информационно-управленческой структуры самодержавного режима до преобразования в мощную политико-пропагандистскую подсистему правительственной «охранительной» партии.

Здесь важно выделить историко-методический аспект, который станет определяющими для всей научной работы Е. В. Ахмадулина: «Будучи официальным рупором правящего режима, идеология которого является одним из главных системоформирующих факторов для всей совокупности прессы, правительственная печать служит типологической точкой отсчета в системе координат для формирования других отрядов политической прессы, выстраивающих свои целевые содержательные концепции в зависимости от степени близости или удаленности от официальной идеологии» [2, с. 3].

Надо сказать, что в то время мало кто заметил в аннотации к книге ремарку: «Монография является частью большого научного проекта автора о прессы политических партий России» [2, с. 2]. А журнальные публикации уже подтверждают приверженность автора своей идее. Обзорная статья о печати конституционно-демократической партии ставит проблемы типологии политической прессы [3]. Далее рассматриваются методологические концепции моделирования системы партийной журналистики [4]. И, наконец, в рамках реализации проекта одна за другой выходят монографии Е. В. Ахмадулина, посвященные прессы политических партий России начала XX века: первое издание — о печати консерваторов [5], второе — о прессы либералов [6]. При этом автор не ограничился только началом XX века, а предвещает рождение каждой партийной подсистемы печати рассмотрением предшественников консервативной и либеральной идеологий.

Таким образом, Е. В. Ахмадулин сдержал свое слово — его монографии вполне могли служить (и служили!) учебными пособиями для изучения истории журналистики начала XX века. По своему объёму, содержательной насыщенности, введению в научный оборот нового и малоизученного материала, обилию разнообразных архивных и мемуарных источников,

Об авторе: Громова Людмила Петровна — доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой истории журналистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета

перечню научной литературы, а также историко-теоретической, методологической и методической оснащенности каждая из этих монографий могла бы стать докторской диссертацией, но автор объединил их в один текст (700 с.) и успешно защитил искомую диссертацию [7].

Время собирать камни прошло, наступило время разбрасывать, т. е. делиться накопленными знаниями. И прежде всего это касалось теории и методологии исторических исследований журналистики. В статье «Историко-типологическая модель системы политической прессы России начала XX века» [8] автор впервые представил свою теоретическую модель массовой коммуникации и успешно опробовал ее на историческом материале. Ученый неоднократно обращается к волнующим всех историков проблемам периодизации российской журналистики. В основу своей концепции периодизации он ставит кардинальные изменения, происходящие в системоформирующих факторах (социально-политический, идейный, культурно-образовательный, технико-экономический), которые, в свою очередь, влияют на изменения типа системы, обозначающие «главные исторические вехи эволюции журналистики» [9]. А далее, давая пространную трактовку системного подхода применительно к истории журналистики, автор в рамках этого подхода раскрывает механизмы перехода российской системы журналистики от литературно ориентированной к общественно-политической авторитарного, а затем либерального и демократического типа [10].

Важно было и переосмыслить, дополнить, показать ярче некоторые важные периоды в российской журналистике. И автор обращается ко времени стабилизации системы после революции 1905 года [11] и переходу её в демократическое русло после Февральской революции 1917 года [12]. В год 100-летия Октябрьской революции Е. В. Ахмадулин описывает драматические перипетии борьбы за власть с участием прессы [13] и отклики на большевистскую пропаганду и большевистский переворот [14]. Все эти статьи стали основой для написания монографии «Партийная пресса России на пути к революции (1910–1917)» [15].

Теперь об учебнике. Соединив монографический материал, добавив сведения о печати социалистических партий и беспартийных общественно-политических изданиях, адаптировав всё это к образовательной программе, Е. В. Ахмадулин в 2008 году выпустил учебник «История российской журналистики начала XX века» [16]. Он был оснащен всеми необходимыми элементами: компетенциями, вопросами для семинарских занятий, заданиями для самостоятельной работы, тестами. В учебнике по истории подкупает постоянная переключка с современностью. Например, сравнивая первое и последнее десятилетия XX века, автор пишет:

«И тогда и теперь произошел поворот страны к конституционно-правовому строю.

И тогда и теперь впервые была создана представительная власть в лице законодательной Государственной думы.

И тогда и теперь на демократической волне возникли многочисленные политические партии, союзы, движения, блоки.

И тогда и теперь к началу работы Государственных дум четвертого созыва выявились четыре партийные фракции, ведущее место среди которых занимали и занимают думские объединения правительственной ориентации.

И тогда и теперь после отмены цензуры и объявления свободы слова и печати страна наводнилась не только политизированными изданиями, но и широкой типологической палитрой научно-популярной, деловой, образовательной, развлекательной, бульварной прессы» [16, с. 9].

Или, говоря о правительственной прессе того времени, автор отмечает:

«Современный практический аспект изучения истории правительственной прессы состоит в ответе на вопросы: нужна ли в демократическом обществе официальная правительственно-административная пресса; если нужна, то каковы ее цели, задачи и функции; какова степень ее участия в политической борьбе различных партий, особенно в период выборных кампаний; какова должна быть численность и региональная структурированность этих СМИ; возможно ли использование средств налогоплательщиков на поддержание столь громоздкой системы государственных, регионально-унитарных и муниципальных СМИ; не выполняет ли эта типологическая система «охранительных» функций в ущерб развитию демократических свобод и идеологического плюрализма; наконец, какова общественная польза от правительственно-административных СМИ?

Изучение исторического опыта подобных типов СМИ (и не только в России) поможет ответить если не на все, то на многие из этих вопросов» [16, с. 23–24].

После выхода собственного учебника у Е. В. Ахмадулина возникла идея объединить весь курс истории журналистики в одну книгу. По разным причинам этот проект не был выполнен, вернее, выполнен частично: в соавторстве с профессором МГУ Р. П. Овсепяном был издан учебник «История отечественной журналистики XX века» (2008) сначала малым тиражом, а затем (2016) — переиздан в специализированном издательстве «Юрайт» для бакалавров всех вузов России [17].

Сейчас многие знают Е. В. Ахмадулина как теоретика журналистики. Поэтому хочу особо отметить, что все его теоретические концепции выросли из истории журналистики. Его истории.

Литература

1. Ахмадулин Е. В. Печать России в 1909 году // Типология местной прессы: Советский Союз-Польша. — Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1991. С. 67–72.
2. Ахмадулин Е. В. Правительственная печать России (конец XIX в. — февраль 1917 г.). — Ростов н/Д: Изд-во ЗАО «Книга», 2000. — 80 с.
3. Ахмадулин Е. В. Печать конституционно-демократической партии России в начале XX века // Филологический вестник РГУ. 1998. № 3. С. 52–58.

4. Ахмадулин Е. В. Моделирование системы партийной прессы начала XX века // Филологический вестник РГУ. 2000. № 1. С. 37–41.
5. Ахмадулин Е. В. Пресса политических партий России начала XX века: издания консерваторов. — Ростов н/Д: Изд-во «Книга». — 2001. — 132 с.
6. Ахмадулин Е. В. Пресса политических партий России начала XX века: издания либералов. — Ростов н/Д: Ростиздат, 2001. — 176 с.
7. Ахмадулин Е. В. Пресса легальных политических партий России начала XX в. (историко-типологическое исследование): диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Ростов-на-Дону, 2001.
8. Ахмадулин Е. В. Историко-типологическая модель системы политической прессы России начала XX века. // Филологический вестник РГУ. 2002. № 1. С. 43–49.
9. Ахмадулин Е. В. Проблемы периодизации российской журналистики. // Коммуникация в современном мире: Межвузовский сборник. Воронеж, 2004. С. 6–8.
10. Ахмадулин Е. В. Проблемы методологии системного исследования истории отечественной журналистики. // Известия

- ЮФУ: филологические науки. 2009. № 1. С. 118–129.
11. Ахмадулин Е. В. Система журналистики России между двумя буржуазно-демократическими революциями (1907–1917) // Известия ЮФУ: филологические науки. 2008. № 3. — С. 96–115.
12. Ахмадулин Е. В. Журналистика России в условиях буржуазно-демократического государства (февраль — октябрь 1917 г.) // Известия ЮФУ: филологические науки. 2007. № 1–2. — С. 269–284.
13. 14. Ахмадулин Е. В. Пресса России 1917 года: 8 месяцев без царя. // Международный научный форум «Медиа в современном мире. 56-е Петербургские чтения» 13–14 апреля 2017 года. — Век Информации 2017. № 2. Т. 1. С. 12–14.
14. Ахмадулин Е. В. Октябрьская революция 1917 года в отражении современной ей прессы. // Медиаскоп. 2018. № 1. С. 10.
15. Ахмадулин Е. В. Партийная пресса России на пути к революции (1910–1917). Raleigh, North Carolina, USA: Lulu Press, 2018. 123 p.
16. Ахмадулин Е. В. История российской журналистики начала XX века: учебник. — Изд-во ЮФУ. — Ростов н/Д, 2008. — 392 с.
17. Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П. История отечественной журналистики начала XX века: учебник для академического бакалавриата. — М.: Изд-во Юрайт, 2016. — 423 с.

Ольга Лепилкина

Вклад в журналистское регионоведение

Аннотация: Статья посвящена научно-исследовательской работе профессора Е. В. Ахмадулина в области истории региональной журналистики Дона и Северного Кавказа и представляет собой обзор основных публикаций ученого, сыгравших заметную роль не только в стирании белых пятен истории, но и в методологии, методах сбора, систематизации и изложении исторических материалов. Его приверженность системному подходу, принципу историзма, вживания в контекст рассматриваемой эпохи дали толчок к образованию исследовательских школ журналистского регионоведения в республиках Северного Кавказа, на Кубани, в Ставрополье и Астрахани.

Ключевые слова: регион, печать, журналистика, система, методология, типология, исследование, статья, монография

Сейчас трудно представить исследования в области региональной печати России без трудов Евгения Валерьевича Ахмадулина. Его увлечение историей донской периодики очевидно было связано с наставничеством известного историка журналистики Александра Ивановича Станько. Ещё будучи студентом отделения журналистики Ростовского государственного университета, Е. В. Ахмадулин сделал своё первое открытие: нашёл первую донскую газету — «Донские войсковые ведомости» за 1839-й год (ранее начало выхода её датировалось 1841-м годом) [Молот, 1974, 5 мая]. А дипломная работа и первая статья (в соавторстве с научным руководителем) были посвящены

Об авторе: Лепилкина Ольга Ивановна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой истории и теории журналистики Северо-Кавказского федерального университета.

(открытие нового имени) жизни и творчеству яркого донского публициста и редактора газет А. А. Карасёва [Ахмадулин Е. В., Станько А. И. 1978, с. 101–114].

На этом совместный путь учителя и ученика расходится. Вернее, они негласно поделили зоны исследования: А. И. Станько остался в XIX веке, Е. В. Ахмадулин вступил в зону «большевиков». Метафора как нельзя лучше отражает суть, т. к. по ленинской периодизации эпоха, наступившая после 1895 года, принадлежит пролетарскому движению и его печати. Поэтому подавляющая часть исследований журналистики этого и последующего периодов была посвящена именно большевистской печати, будто других изданий в России и не было.

Иной точки зрения на изучение истории отечественной журналистики придерживался профессор МГУ Б. И. Есин, ратовавший за системные исследования всей периодики, в том числе местной и национальной [Есин Б. И.]. Молодой исследователь, приняв эту точку зрения, на примере местной печати доказывал необходимость комплексного подхода к рассмотрению всего типологического и политического многообразия Донской прессы [Ахмадулин Е. В., 1979; 1983].

Все эти методологические концепции воплотились в кандидатской диссертации «Система печати Дона накануне и в период первой русской революции (1905–1907 гг.)», представленной кафедрой Б. И. Есина в МГУ в 1979 году, а затем и в монографии [Ахмадулин Е. В., Яровой И. В., 1985]. Соавтор как раз и представлял немногие страницы, посвященные большевистской печати. Стальное было невероятным для традиций советской исторической школы: детально описаны и подвергнуты политическому анализу официальные и партийные газеты монархи-

стов, правых и левых либералов, социал-демократов меньшевистского толка, также журнальная периодика того времени: сатирическая, профессионально-общественная, специализированная и другая. Особо выделена пропагандистская деятельность прогрессивного издательства Н. Е. Парамонова. Попутно рассмотрено творчество многих донских журналистов. В монографии поражает обилие архивных документов цензурного ведомства, местной администрации и охраны, особого отдела Департамента полиции, а также мемуарных источников.

Особо хочу остановиться на задачах, которые ставил перед собой, а затем и перед нами — молодыми исследователями — Е. В. Ахмадулин:

- рассмотреть методико-теоретические проблемы ретроспективного моделирования системы региональной печати, в частности проблемы классификации изданий;

- установить социальный состав читательской аудитории;

- выявить влияние субъекта управления печатью (правительство, партии, редакторы, журналисты) и объекта ее пропаганды (читательская аудитория) на формирование системы местной журналистики;

- определить типологические группы изданий в системе и др.

Вооруженный этими задачами и наработанными методиками, Е. В. Ахмадулин начал свою экспансию на юг: сначала появилась большая статья об истории кубанской прессы [Ахмадулин Е. В., 1993], а затем — о ставропольской [Ахмадулин Е. В., 1996]. Публикации носили обзорный характер, но в них впервые были даны сведения о многих изданиях, а главное, щедро указаны ссылки на архивные источники. Именно эти статьи пробудили активный интерес к историческим исследованиям журналистики и созданию научных школ на Кубани и в Ставрополье.

Сам Е. В. Ахмадулин, возглавив Южно-Российское учебно-методическое объединение по журналистике, активно участвует в становлении региональных научных и образовательных школ: консультирует, оппонирует, разрабатывает и внедряет спецкурс по местной и национальной печати [Ахмадулин Е. В., Станько А. И. 1981], развивает методики журналистского регионоведения [Ахмадулин Е. В., 1913].

Донская казачья журналистика интересует его с точки зрения этнословных характеристик изданий с казакоманской и либеральной идеологиями, их пропагандистско-информационного противостояния [Ахмадулин Е. В., Дегтярева Т. С.]. Устанавливая историческую связь с казачьими изданиями нашего времени, авторы статьи отмечают: «Современная казачья пресса (газеты «Казачий вестник», «Казачий круг», «Голос казачества», «Казачьи вести», «Казачья правда», «Станица», «Казачий взгляд», «Казачий присуд» и др.), несомненно, опирается на опыт своих дореволюционных предшественниц, но лишенная очень важного сословного фактора, а также фактора территориальной целостности для казачества, она по большей части, опираясь на историко-этнические

источники, использует пропагандистскую риторику консерваторов-казакоманов» [Ахмадулин Е. В., Дегтярева Т. С.].

В целом же интересы Е. В. Ахмадулина были сосредоточены в русле исследований журналистики всего южного региона России, касалось ли это отдельных отрядов политической прессы [Ахмадулин Е. В., 2012] или в целом региональных систем журналистики и задач по их дальнейшему изучению [Ахмадулин Е. В., 1912].

Особенно ярко проявились системно-научные, организаторские и методические способности профессора Ахмадулина в ответ на инициативу факультета журналистики Воронежского госуниверситета и Академии наук региональной печати России о создании «Энциклопедии региональной печати». Он неоднократно выступал с докладами по этому поводу, а затем опубликовал, я бы сказала, программную статью «"Энциклопедия региональной печати" и научный потенциал регионов» [Ахмадулин Е. В., 2012]. Анализируя проблемные точки проекта (периоды представления, издания/вместе с персоналиями, объемы предстоящей работы, кураторство ведущих ученых), автор подводит некоторые итоги изучения истории местной и национальной печати в регионах России, приводит выборку диссертаций, посвященных исследованию региональной журналистики за последние 20 лет и приходит к выводу, что научный потенциал для реализации проекта в российских регионах есть. Он предлагает создать электронно-накопительную базу данных местной и национальной печати, а также структуру энциклопедии в целом и статейного материала в ней. По его мнению, для создания энциклопедии нужны предварительные монографические исследования.

Такое монографическое исследование было проведено в южном регионе России, и путём сложения материалов бывших учителя и ученика, а теперь коллег и друзей — А. И. Станько и Е. В. Ахмадулина — была издана монография «Региональная печать Дона и Северного Кавказа» [Ахмадулин Е. В., Станько А. И., 2014], вобравшая в себя не только исследования самих авторов, но и достижения коллег из Ставрополья, Кубани и республик Северного Кавказа.

Литература

1. Ахмадулин Е. В., Станько А. И. Публицистическое творчество и редакторская деятельность А. А. Карасева. // Публицисты Дона и Северного Кавказа. Ростов н/Д: Изд-во РГУ. 1978. С. 101–114.
2. Ахмадулин Е. В. Итоги и задачи изучения донской печати дооктябрьского периода. // Публицистика Дона и Северного Кавказа. — Ростов н/Д: Изд-во РГУ. 1979. С. 90–104; Он же. Системный подход в исследовании региональной печати // Местная и национальная печать: вопросы истории, методологии. — Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1983. С. 17–29.
3. Ахмадулин Е. В., Яровой И. В. Печать Дона в годы первой русской революции. — Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1985. — 88 с.
4. Ахмадулин Е. В. Формирование системы легальной печати Кубани. // Типологическое развитие журналистики. — Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1993. С. 50–62.

5. Ахмадулин Е. В. Легальная печать Ставрополя дооктябрьского периода. // Акценты. Воронеж, 1996. № 2. С. 43–47.
6. Ахмадулин Е. В., Станько А. И. История журналистики Дона и Северного Кавказа /дооктябрьский период: программа спецкурса.— Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1981; Ахмадулин Е. В., Станько А. И. Печать полиэтнического региона РФ (Дон и Северный Кавказ): учебно-методическое пособие.— Ростов н/Д, 2013.— 32 с.
7. Ахмадулин Е. В. Некоторые особенности ретроспективного изучения системы региональной периодической печати // Известия Южного федерального университета: филологические науки. 2013. № 4, с. 130–137.
8. Akhmadulin E. V., Degtyareva T. S. The Typology of Ethno-Estate in Cossack Publications in Russia in the 19th — beginning of the 20th Centuries // World Applied Sciences Journal. 25 (9): 2013, p. 1270–1274.
9. Ахмадулин Е. В., Дегтярева Т. С. Этнословные характеристики изданий донского казачества XIX — начала XX вв. // Медиаскоп: Электронный журнал Факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. 2014. Вып. 3.
10. Ахмадулин Е. В. Издания конституционных демократов на Юге России (1905–1907 гг.) // Научная мысль Кавказа. 2012. № 2. С. 146–149.
11. Ахмадулин Е. В. Задачи исследования региональной печати Юга России // Журналистика: взаимодействие науки и практики: Матер. Междунар. науч. конф. 3–6 окт. 2012 г.— Ростов н/Д, 2012.— С. 16–19.
12. Ахмадулин Е. В. «Энциклопедия региональной печати» и научный потенциал регионов // Известия ЮФУ: филологические науки. 2012. № 2. С. 186–190.
13. Ахмадулин Е. В., Станько А. И. Региональная печать Дона и Северного Кавказа: Монография.— Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2014.— 372 с.
14. Есин Б. И. Русская газета и газетное дело в России: Задачи и теоретико-методологические принципы изучения.— М.: Изд-во МГУ, 1981.— 132 с.

Владимир Тулунов

Теоретик журналистики

Аннотация: Профессор Е. В. Ахмадулин является одним из ведущих ученых в области теории журналистики. Главным его достижением является рассмотрение феномена журналистики как целостной системы, входящей в более широкую социальную систему общества. Он дает модельное представление процессов массовой коммуникации, протекающих в системе журналистики, и на этом своеобразном «тренажере» показывает роль, задачи и функции журналистики в целом, ее подсистем и отдельных компонентов. Этот обзор научных исследований ученого поможет увидеть динамику и логику построения его теоретических концепций, составивших содержательную и методическую структуру его учебника «Основы теории журналистики», пользующегося большим спросом в учебном процессе на факультетах и отделениях журналистики.

Ключевые слова: система журналистики, системоформирующие факторы, модели массовой коммуникации, функции журналистики, средства массовой информации/коммуникации, типология,

Существует мнение, что Евгений Валерьевич Ахмадулин начал заниматься теорией журналистики после защиты докторской диссертации в 2001 году и назначения заведующим кафедрой теории журналистики Ростовского госуниверситета. Однако его интерес к теории пробудился задолго до этого. Прежде всего, к формализации и моделированию процессов массовой коммуникации [1] и построению информационных типологических моделей с помощью формальных языков [2].

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

Увлечение формализованными методами исследования привело его к изучению и анализу социальных, социологических, психологических моделей массовой коммуникации известных западных ученых: Гарольда Лассуэлла, Уилбура Шрамма, Джона и Матильды Райли, Герберта Малекке, Мелвина де Флера [3]. А затем ученый провел сравнительный анализ подобных моделей, предложенных учеными российской научной школы: А. Н. Алексеевым, М. Лауристин, Ю. В. Воронцовым, Е. П. Прохоровым и Э. Г. Багировым [4]. Отмечая преимущества и недостатки различных моделей массовой коммуникации, автор выделил в западных схемах прагматику социологичности и отсутствие влияния социальных факторов, а в моделях российской школы — уклон в идеологичность.

Вывод состоял в необходимости создания более унифицированной и универсальной модели журналистики, которая бы в равной степени была полезной и для научных, и для учебных целей. Именно такую системную модель ученый разрабатывает и представляет как исследовательскую парадигму [5] и далее на ее основе дает подробное описание своего видения системы журналистики [6]. Но системы не возникают ниоткуда, тем более такая социальная система, как журналистика. И автор, возвращаясь к истокам ее образования, он исследует информационно-коммуникативную природу и социальные факторы, породившие систему журналистики [7].

Все эти и другие теоретические концепции Е. В. Ахмадулина легли сначала в основу краткого курса [8], а затем и полноценного учебного пособия «Основы теории журналистики» [9]. Книга получила высокую оценку экспертов и гриф Минобрнауки. Здесь, я думаю, необходимо привести те самые экспертные оценки, которые как нельзя лучше характеризуют новаторство исследователя. Я тоже

был среди рецензентов, сразу признав, что книга написана емко, логично выстроена и доступна пониманию студентов-первокурсников: «По избранной концепции, методологии, методике, содержанию и структуре учебное пособие Е. В. Ахмадулина с полным правом можно отнести к учебникам нового поколения. При этом оно полностью отвечает требованиям федерального компонента государственного образовательного стандарта по специальности «журналистика».

А вот мнение признанного теоретика журналистики профессора Е. П. Прохорова (МГУ), который считал автора своим преемником: «Среди немногих изданий на русском языке по общей теории журналистики (особенно это касается строго ориентированной на учебный процесс литературы) предлагаемое учебное пособие занимает особое место. Понимая, что существуют и вошли в учебное употребление учебники «Основы журналистики» и «Введение в теорию журналистики», Е. В. Ахмадулин выбрал оригинальный подход: если в других работах практически нет даже ссылок на работы исследователей прошлого и настоящего, то в этом пособии акцент как раз сделан на изложение и комментирование тех подходов и концепций, которые «ложатся» на проблематику университетского курса «Основы журналистики». Одобрения заслуживает и методическая оснащённость пособия — к каждой главе даны «вопросы для обсуждения», «задания для самостоятельной работы», «литература»; в конце работы приводятся «контрольные тесты», «понятийно-терминологический словарь» и подборка высказываний о журналистике. Такая работа заслуживает одобрения, издания и рекомендации в качестве учебного пособия».

Профессор Ю. В. Лучинский (Кубанский госуниверситет) отметил: «Представленная в учебном пособии авторская онтологическая модель журналистики, собственно, и является центром теоретического осмысления и наглядного показа процесса массовой коммуникации, функций системы, ее подсистем и отдельных элементов. На наш взгляд, здесь особенно важны в теоретическом, методологическом и методическом аспектах введенные автором учебного пособия понятия и суждения о системоформирующих факторах, его четкие и однозначные формулировки и определения таким спорным понятиям, как «журналистика», «система массовой коммуникации», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации» и др.» [10].

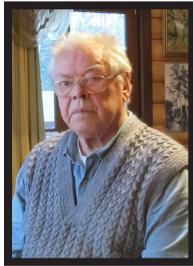
В 2016 году в московском специализированном издательстве Юрайт вышел учебник Е. В. Ахмадулина «Основы теории журналистики», который пользуется

большим спросом в учебном процессе на факультетах и отделениях журналистики [11].

Последние работы ученого свидетельствуют о его активном участии в региональных проектах [12] и дискуссиях по поводу умирания/живучести печатной прессы [13]. И хочется пожелать ему новых достижений и открытий.

Литература

1. Ахмадулин Е. В. Моделирование процесса массовой коммуникации / Е. В. Ахмадулин // Методы исследования журналистики. Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1984. — С. 39–46.
2. Ахмадулин Е. В. Типологическое моделирование печати / Е. В. Ахмадулин // Типология периодических изданий. Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1984. С. 31–40; он же. Моделирование содержательно-типологической структуры периодических изданий / Е. В. Ахмадулин // Методы исследования журналистики. Ростов н/Д: Изд-во РГУ, 1987. — С. 23–31.
3. Ахмадулин Е. В. Западные модели массовых коммуникаций: история формирования, структура, функции / Е. В. Ахмадулин // Филологический вестник РГУ. — 2000. — № 3. — С. 36–45.
4. Ахмадулин Е. В. Модели систем журналистики российской научной школы / Е. В. Ахмадулин // Акценты. Новое в массовой коммуникации. — 2004. — № 3–4. — С. 17–26.
5. Ахмадулин Е. В. Системная модель журналистики как исследовательская парадигма / Е. В. Ахмадулин // Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий: Межвузовский сборник статей. — Воронеж, 2003. — С. 4–7.
6. Ахмадулин Е. В. Журналистика как целостная социальная система / Е. В. Ахмадулин // Филол. вестник РГУ. — 2004. — № 1. — С. 47–51.
7. Ахмадулин Е. В. Информационно-коммуникативная природа и факторы зарождения журналистики / Е. В. Ахмадулин // Акценты. Новое в массовой коммуникации. — 2005. — № 3–4. — С. 45–51.
8. Ахмадулин Е. В. Краткий курс теории журналистики: уч. пособие. Москва — Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. — 272 с.
9. Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики: уч. пособие. — Москва — Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. — 320 с.
10. Мнения экспертов см.: Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики: уч. пособие. — Ростов н/Д: Изд-во Феникс, 2009. — 350 с.
11. Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для бакалавриата / Е. В. Ахмадулин. — М.: Юрайт, 2016. — 358 с.
12. Ахмадулин Е. В. «Энциклопедия региональной печати» и научный потенциал регионов / Е. В. Ахмадулин // Известия ЮФУ: филологические науки. — 2012. — № 2. — С. 186–190.
13. Ахмадулин Е. В. Печатные СМИ: территория выживания / Е. В. Ахмадулин // Известия ЮФУ: филологические науки. — 2016. — № 3. — С. 156–160.



Смирнов Виталий Борисович

Ушёл из жизни Виталий Борисович Смирнов, с которым факультет журналистики Воронежского государственного университета связывало очень многое. Он более десяти лет был членом нашего диссертационно-го совета с момента его создания —

в 2004 году, неоднократно председательствовал в государственной экзаменационной комиссии, публиковался в наших изданиях, выступал рецензентом монографий и учебных пособий коллег из Воронежа. Ниже публикуется статья главного редактора «Акцентов», опубликованная в волгоградской печати в связи с 80-летием В. Б. Смирнова, а также воспоминания доцента журфака ВГУ В. В. Колобова.

Виталий Смирнов — литературовед, критик и писатель

Виталия Борисовича Смирнова я знаю более тридцати лет — в ноябре-декабре 1986 года познакомились на факультете повышения квалификации Ленинградского университета. Именно тогда я увидел, как человек может часами сидеть за рабочим столом, покрывая красивым ровным почерком страницу за страницей, почти не обращаясь к дополнительным источникам (помню, Виталий Борисович писал статью об А. М. Скабичевском, наследие которого знал досконально, опыт которого творчески использовал и в своей деятельности литературоведа и критика). Именно тогда я узнал, как можно и в двадцатом веке оставаться человеком века девятнадцатого — имею в виду научную и человеческую порядочность, энциклопедичность знаний и глубину суждений, литературный вкус и литературную одарённость. Мне кажется, именно тогда я понял, что за внешней суровостью, если не сказать брутальностью, скрывается тонко чувствующая, рефлексивная натура. А суровость — от осознания несовершенства мира, в котором немало людей нечестных (в том числе и в науке, педагогике, журналистике), дилетантов, пытающихся скрываться (и нередко успешно!) за словесной мишурой. У Виталия Борисовича Смирнова (человек принципа!) есть лишь один кумир — великая русская литература. Всё, что касается Её (и прежде всего наука, критика, которым Смирнов посвятил свою жизнь), — для него свято.

Сегодня Виталий Борисович Смирнов — доктор филологических наук, профессор, действительный член Академии гуманитарных наук (Санкт-Петербург), вице-президент Академии наук Региональной печати России (Воронеж), заслуженный работник Высшей школы Российской Федерации. А ещё он член Союза писателей, член Союза журналистов России.

Его работоспособность поражает.

Он систематичен, последователен, как может быть систематичным и последовательным настоящий учёный.

Он нетороплив и основателен, как может быть нетороплив и основателен настоящий мужчина.

Он обаятелен и галантен — это вам скажет любая умная женщина, расположившая Виталия Борисовича к хорошему разговору.

Он — любящий человек. Мне приходилось наблюдать Виталия Борисовича в отношениях с детьми, внуками, супругой, отцом, братьями, друзьями.

Он всегда в центре, и это — центр человеческой приязни, притягательности, бесконечного уважения.

Виталий Борисович Смирнов родился 13 апреля 1937 года в Сталинграде (в недавно изданном документальном романе он вспоминает, как малышом наблюдал бомбёжки — не отсюда ли вечная любовь Смирнова-критика, Смирнова-редактора к военной прозе и военной лирике, его нескончаемая благодарность к писателям-фронтовикам?).

В 1954 году после окончания средней школы города Камышина В. Б. Смирнов поступил на филологический факультет Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. Закончив его в 1959 году, два года работал журналистом в районной, а затем в саратовской областной газетах. Поступив в аспирантуру СГУ, под руководством профессора Е. И. Покусаева успешно защитил в 1965 году кандидатскую диссертацию на тему: «Глеб Успенский в «Отечественных записках» (годом раньше в издательстве Саратовского университета вышла монография В. Б. Смирнова «Глеб Успенский и Салтыков-Щедрин («Глеб Успенский в Отечественных записках»)).

После окончания аспирантуры в 1964 году В. Б. Смирнов работал в Курганском педагогическом институте, в 1967 году переехал в Уфу, где до 1980 года заведовал кафедрой русской и зарубежной литературы Башкирского государственного пединститута. В 1980 году в Институте русской литературы (Пушкинский Дом) АН СССР в Ленинграде защитил докторскую диссертацию на тему «Литературная история «Отечественных записок» (1868–1884): «Отечественные записки» в общественно-литературном процессе 70–80-х годов».

В сентябре 1980 года В. Б. Смирнов переехал в Волгоград для работы в университете, открытом в том же году. Более 30 лет Виталий Борисович заведовал в ВолГУ кафедрами филологического факультета. По словам профессора А. А. Демченко, «в русле историко-журналистских исследований профессора В. Б. Смирнова сформировалось и научное направление возглавляемой им ранее кафедры, получившей характерное название — кафедра литературы и журналистики. Таким образом, в Волгоградском государственном университете основана научная школа, генетически связанная с саратов-

ской филологической школой ученых-педагогов (А. П. Скафтымов, Ю. Г. Оксман, Е. И. Покусаев), уроки которой вполне и плодотворно были усвоены Виталием Борисовичем» (Демченко А. А. Яркие страницы отечественного литературоведения // Смирнов В. Б. Журналистика и литература. Методологические и историко-литературные проблемы. Волгоград: ВолГУ, 2005).

В. Б. Смирновым впервые в Нижневолжском регионе была начата подготовка профессиональных журналистских кадров: сначала в рамках специализации, а с 1986 года — специальности «Журналистика». Первым же среди региональных университетов он открыл программу профессиональной переподготовки работников СМИ, имеющих высшее, но не журналистское образование.

Особая любовь Виталия Борисовича — журнал «Отчий край», который он основал в 1994 году и которым долгие годы возглавлял. Будучи его главным редактором, Смирнов создал новый тип журнала, соединившего в себе лучшие традиции отечественной журналистики XIX века и современные новации в журналоведении, реализовав, таким образом, и приложив на практике свой многолетний опыт исследования русской журналистики второй половины XIX века.

В. Б. Смирнов активно выступал в печати и как литературный критик, и как специалист по литературному краеведению. Личность и творчество К. Симонова, В. Овечкина, О. Бергольц, М. Агашиной, Б. Екимова, П. Селезнева, И. Данилова, Ч. Айтматова, С. Кудаша и многих других писателей становились объектом его литературно-критических размышлений. Как критик он выступал на страницах журналов «Русская литература», «Вопросы литературы», «Литературное обозрение», «Филологические науки», «Литература в школе», «Наш современник», «Дружба народов», «Октябрь», «Юность», «Волга», «Урал», «Новый мир», «Отчий край». Публиковался также в Китае, Италии, Чехии, Польше.

В. Б. Смирнов является автором объемного труда, посвященного истории волгоградской писательской организации, «По следам времени: Из истории писательской организации Царицына — Волгограда» (Волгоград, 1996). Его перу принадлежат монографические исследования, посвященные произведениям поэзии, прозы и публицистики, создававшимся в Сталинграде и о Сталинграде: «Будни волжской победы» (Волгоград, 1999), «Воевал под Сталинградом» (первый том вышел в 2006 году). В общей сложности В. Б. Смирновым опубликовано более четырехсот работ. Из них часть книг в полной мере выражают направленность научных интересов автора — исследователя истории русской журналистики («Н. А. Некрасов и журнальная поэзия “Отечественных записок”». Уфа, 1972; «Литературная история “Отечественных записок”. 1868–1884». Пермь, 1974; «Ф. М. Достоевский и русская демократическая журналистика 70–80-х годов», Волгоград, 1996; «“Отечественные записки” и русская литература 70–80-х годов». Волгоград, 1997; «Скабичевский — литера-

турный критик». Волгоград, 1999); специалиста по русской литературе XIX века («Больше века назад. Избранные статьи о русской литературе XIX века». Волгоград, 1997) и литературного критика («Время рассудит». Волгоград, 2001). А ещё — писателя: роман-воспоминание «Житие Святого Глеба (Волгоград, 2008), художественно-публицистический роман «На переломе» (Волгоград, 2016).

Сведения о В. Б. Смирнове включены в энциклопедию «Лучшие люди России» (М., 2005). Он является лауреатом Всероссийской литературной премии «Сталинград» и государственной премии Волгоградской области за 2008 г., его имя занесено в «Золотую книгу Волгоградской области» (Волгоград, 2006).

В течение двадцати лет я почти ежегодно бывал в Волгограде — как лектор, как председатель государственной аттестационной комиссии, как участник различных конференций и семинаров... И каждый раз с удовлетворением убеждался: кафедра журналистики, основанная В. Б. Смирновым, развивается (почти все — кандидаты наук, почти все активно сотрудничают с прессой), «Отчий край» становится всё интереснее и по содержанию, и по оформлению. И за всем этим — многолетний труд мудреца Смирнова, который как будто никогда и никуда не спешил, но который точно ставил цель, верно определяя задачи, а главное — путь, по которому продолжает идти спокойно и твёрдо сам и в который собирает единомышленников и соратников.

В. В. Тулупов,
доктор филологических наук,
декан факультета журналистики ВГУ

Спасибо, Профессор!

С профессором Виталием Борисовичем Смирновым я познакомился в декабре 2005 года на заседании диссертационного совета факультета журналистики ВГУ, на котором рассматривалась моя кандидатская диссертация на тему: «Рекламные и PR-технологии в СМИ в региональных избирательных кампаниях современной России (1995–2005 гг.)» (руководитель — профессор Тулупов В. В.).

Во время заседания возникла оживленная дискуссия, которая продолжилась на товарищеском ужине.

Запомнился внимательный и мудрый взгляд профессора Смирнова и его слова:

— Наука к концу XX столетия накопила такой колоссальный объем знаний, что в рамках какой-либо одной узкой научной дисциплины достичь прорыва практически невозможно... Серьезные открытия возможны, на мой взгляд, на стыке двух, трех и более научных дисциплин...

Эти слова невольно вспомнились в 2011–2013 годах, когда я приступил к работе над докторской диссертацией «Дневник писателя как документ эпохи (на материале дневника А. В. Жигулина)». Научная специальность — журналистика. Тема была любимая, выстраданная, но, честно признаюсь, уже на первом этапе зашел в тупик. Дело в том, что сформулиро-

ванная тема явно проходила «по ведомству» другой научной дисциплины — литературоведения. Образно говоря, как «скрестить ужа и ежа», было совершенно непонятно.

В тот сложный момент, как всегда, на помощь пришел мой полный тезка и он же старший товарищ, коллега и научный консультант Владимир Васильевич Тулупов. Выслушав мои эмоциональные и даже панические слова, профессор Тулупов посоветовал:

— Найдите в библиотеках труды Виталия Борисовича Смирнова. По-моему, его метод исследования истории литературы и журналистики Вам будет как нельзя кстати...

Не откладывая дело в долгий ящик, я принялся за изучение трудов профессора Смирнова, прежде всего его книг: «Н. А. Некрасов и журнальная поэзия «Отечественных записок» (1972); «Литературная история «Отечественных записок». 1868–1884» (1974); «Ф. М. Достоевский и русская демократическая журналистика 70–80-х годов» (1996); «Отечественные записки» и русская литература 70–80-х годов XIX века» (1998) и др. Скажу сразу: это было то, что надо. В моей работе постепенно все стало на свои места.

Метод историко-журнального изучения литературы или историко-литературного изучения журналистики, обоснованный в статьях и монографиях профессора Смирнова, посвященных творчеству Н. А. Некрасова, М. Е. Салтыкова-Щедрина, Ф. М. Достоевского, Л. Н. Толстого, позволил мне рассмотреть научную проблему на стыке сразу нескольких научных дисциплин и прежде всего — журналистики и литературоведения. Его основополагающий принцип — контекстуальность анализа художественного или публицистического произведения.

По мнению профессора Смирнова, художественное произведение, опубликованное в периодическом печатном издании, перестает быть только литературным явлением, оно вовлекается в систему средств массовых коммуникаций и становится органичным компонентом сложного идейно-политического контекста эпохи. При этом «закономерность публикации того или иного произведения в идеологически выдержанном, последовательном периодическом органе можно выяснить, уловив связь между идейно-образной структурой этого произведения и социально-философским, политическим и эстетическим осмыслением действительности, выразившимся в направлении журнала».

Смирнов Виталий Борисович. Доктор филологических наук, профессор. Действительный член Санкт-Петербургской Академии гуманитарных наук. Член Союза писателей и Союза журналистов России. Заслуженный работник высшей школы РФ.

Кандидатская диссертация: «Г. И. Успенский в «Отечественных записках», 1965 г., Саратовский государственный университет.

Докторская диссертация: «Отечественные записки» в общественно-литературной борьбе 70–80-х

Весной 2017 года, снова посоветовавшись с В. В. Тулуповым, я позвонил профессору Смирнову и обратился к нему с просьбой — выступить в качестве одного из официальных оппонентов на защите моей диссертации.

После небольшой паузы Виталий Борисович сказал:

— Предложение очень заманчивое. Тема интересная, пересекается с моими научными изысканиями... Но, к сожалению, вынужден отказаться по одной простой причине — состоянию здоровья... По этой причине я совершенно невыездной и вряд ли смогу прибыть в Воронеж на защиту Вашей диссертации. А с этим, насколько мне известно, сейчас очень строго: заочное участие Минобрнауки не приветствуется...

Видимо, почувствовав на расстоянии мое глубокое разочарование, Виталий Борисович продолжил: — Но могу предложить достойную замену — Альфия Исламовна Смирнова. Доктор филологических наук, профессор. Работает заведующим кафедрой русской литературы Московского городского педагогического университета. Как Вы, наверное, догадались, это моя супруга... Альфию Исламовну может заинтересовать Ваша тема, так как среди ее научных интересов — изучение дневника Виктора Петровича Астафьева. Уверен, Вы не будете разочарованы уровнем ее научно-методологической подготовки. Осталось только ее убедить...

В тот же день я послал по электронной почте А. И. Смирновой свою докторскую диссертацию и другие работы на эту тему. Через несколько дней по «электронке» пришел ответ, из которого следовало: Альфия Исламовна Смирнова ознакомилась с текстом диссертации, согласна выступить официальным оппонентом.

Забегая вперед, скажу, что защита прошла успешно. Альфия Исламовна Смирнова написала глубокий отзыв о моей диссертации, высказала ценные замечания, блестяще выступила на защите. А самое главное: на защите незримо как бы присутствовал сам профессор Смирнов. В своем выступлении я не мог не упомянуть его метод исследования литературы и журналистики и не сказать в его адрес самых искренних и сердечных слов благодарности.

В. В. Колобов, доктор филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью Воронежского госуниверситета, член Союза российских писателей

годов XIX века», 1980 г., Институт русской литературы (Пушкинский Дом) АН СССР.

Биографическая справка. Родился 13.04.1937 г. в г. Сталинграде. В 1954 г. после окончания СШ г. Камышина поступил на филологический факультет Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. В. Б. Смирнову посчастливилось стать восприемником традиций крупнейшей филологической школы в лице А. П. Скафтымова, Ю. Г. Оксмана, Е. И. Покусаева. Будучи студентом,

он общался с такими авторитетами литературной науки, как А. С. Бушмин, С. А. Макашин, В. Г. Базанов. В 1980 г., переехав на работу в Волгоградский государственный университет, Виталий Борисович успешно защитил докторскую диссертацию. Защита состоялась в крупнейшем центре по изучению отечественной словесности — Институте русской литературы (Пушкинский дом) АН СССР (г. Ленинград). Научно-исследовательскую деятельность В. Б. Смирнов всегда сочетал с литературно-критической, выступая на страницах местной и центральной периодики со статьями на актуальные темы современной литературы. Личность и творчество К. Симонова, В. Овечкина, О. Бергольц, М. Агашиной, Б. Екимова, П. Селезнева, И. Данилова, Ч. Айтматова, С. Кудаша и многих других писателей становились объектом его литературно-критических интерпретаций. Как критик он выступал на страницах журналов «Русская литература», «Вопросы литературы», «Литературное обозрение», «Филологические науки», «Литература в школе», «Наш современник», «Дружба народов», «Октябрь», «Юность», «Волга», «Урал», «Новый мир», «Отчий край». Член Союза писателей и Союза журналистов России, Виталий Борисович являлся главным редактором литературно-художественного журнала «Отчий край», широко и всесторонне освещавшего историко-культурную жизнь Волгоградской области. Публиковался в Китае, Италии, Чехии, Польше. Общее количество работ — более 430. Научные интересы: историко-литературное изучение русской журналистики XIX века, литературная история Волгоградской области, литературная летопись Сталинградской битвы. Награды: Заслуженный работник высшей школы, лауреат Всероссийской литературной премии «Сталинград» и государственной премии Волгоградской области за 2008 г., медаль к 100 летию В. И. Ленина, медаль ВолГУ к 25-летию университета, почётные грамоты областной администрации и областной Думы.

Основные публикации: Глеб Успенский и Салтыков-Щедрин (Глеб Успенский в «Отечественных записках»). — Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1964. — 138 с.; Н. А. Некрасов и журнальная поэзия «Отечественных записок». — Уфа: Изд-во Перм. пед. ин-та, 1972. — 120 с.; Литературная история «Отечественных записок». 1868–1884: учеб. пособ. по спецкурсу для студентов филол. фак. педвузов. — Пермь: Изд-во Перм. пед. ин-та, 1974 (1975). — 314 с.; На рубеже десятилетий: русская литература в период второй революционной ситуации. — Саратов: Изд-во СГУ, 1982. — 148 с.; Будни волжской победы: [о писателях и поэтах, участвовавших в Сталинград-

ской битве]. — Волгоград: Ниж.-Волж. кн. изд-во, 1989. — 176 с.; Будни волжской победы. — Волгоград: Нижневолжское книжное издательство, 1989. — 176 с.; По следам времени: из истории писательской организации Царицына-Волгограда. — Волгоград: Комитет по печати, 1996. — 528 с.; Ф. М. Достоевский и русская демократическая журналистика 70–80-х годов. — Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 1996. — 128 с.; Больше века назад: избранные статьи о русской литературе XIX века. — Волгоград: Комитет по печати и информации, 1997. — 288 с.; «Отечественные записки» и русская литература 70–80-х годов XIX века. — Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, ВолГУ, 1998. — 264 с.; А. М. Скабичевский — литературный критик: учеб. пособ. для вузов. — Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 1999. — 85 с.; Время рассудит: литературно-критические статьи. — Волгоград: Издатель, 2001. — 288 с.; Воевал под Сталинградом. — Волгоград: Издатель, 2006. — Кн. 1. — 432 с.; Житие Святого Глеба: роман-воспоминание. — Волгоград: Издатель, 2008. — 414 с.

Литература: Смирнова А. И. Кафедра литературы в «контексте» 25-летнего юбилея ВолГУ / А. И. Смирнова // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 8, Литературоведение. Журналистика. — 2005. — Вып. 4. — С. 145–148; Компанеец В. В. Виталий Борисович Смирнов / Компанеец Валерий Васильевич // Смирнов Виталий Борисович: библиогр. указ. науч. и лит.-крит. работ / сост. В. В. Компанеец. — Волгоград, 1997. — С. 3–8; Демченко, А. А. Яркие страницы отечественного литературоведения: Виталий Борисович Смирнов / А. А. Демченко // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 8, Литературоведение. Журналистика. — 2002. — Вып. 2. — С. 129–131; Виталий Борисович Смирнов // Золотая книга Волгоградской области. — Волгоград, 2006. — С. 138, 156; Смирнов Виталий Борисович // Энциклопедия Волгоградской области. — Волгоград, 2007. — С. 313; Виталий Борисович Смирнов // Золотая книга Волгоградской области. — 2-е изд., доп. — Волгоград, 2007. — С. 238; Тулупов, В. В. В. В. Б. Смирнов — исследователь русской журналистики и литературы, критик и писатель / Тулупов Владимир Васильевич // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 8, Литературоведение. Журналистика. — 2007. — Вып. 6. — С. 198–200; Смирнов Виталий Борисович // Волгоградская область. Кто есть кто: [обществ.-попул. изд.]. — Волгоград, 2009. — С. 332; Смирнов Виталий Борисович [Электронный ресурс] // Лучшие люди России: энциклопедия. — Вып. IV: Родины Славные Сыны и Дочери. — Режим доступа: http://www.llr.ru/poisk_show.php?&namer_id=rss_100869&code=all&name=Смирнов. — Загл. с экрана



Тертычный Александр Алексеевич

28 января 2019 года в возрасте 74 лет ушел из жизни авторитетнейший ученый, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, доктор филологических наук, автор

фундаментальных академических трудов, статей о профессии, ведущий мастер-классов Александр Алексеевич Тертычный. Он был настоящим другом воронежского журфака: входил в наш диссертационный совет, неоднократно возглавлял государственную экзаменационную комиссию, активно публиковался в периодических и продолжающихся изданиях журфака ВГУ. А главное — он был светлым, уважительным, деликатным человеком, которого искренне любили коллеги и студенты. Нам будет не хватать Вас, дорогой Александр Алексеевич.

Журналист должен быть «в жанре» или «в форме»

Это интервью А. А. Тертычный дал на Международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию Белорусского государственного университета.

— Александр Алексеевич, скажите, зачем нужна теория журналистики?

— А зачем нужна теория литературы? Теория физики, химии? Конечно, журналистика не так сложна, возможно, как химическое производство или, скажем, строительство. Но подготовка к этой деятельности тоже имеет свои причины. Можно сказать, что, например, М. Горький вообще не кончал институтов, не изучал никаких теорий, а был прекрасным журналистом и писателем. То же можно сказать о «короле репортажа» В. А. Гиляровском или «короле фельетона» В. И. Дорошевиче и т. д. Да, журналистом можно стать и не изучая теорию журналистики. Главное — быть человеком образованным. Но надо иметь в виду, что знание любой теории позволяет нам видеть предмет своего интереса, например, журналистскую деятельность, системно, всесторонне, понимать, в силу каких причин в ней что-то происходит, что можно изменить, улучшить в этой деятельности и каким образом.

«Если же человек глубоко не интересуется своим делом, то изучать теорию журналистики, как и учиться на факультете журналистики вообще, ему просто не имеет смысла, поскольку писать новости по схеме, например, «перевернутой информационной пирамиды» или другому шаблону, его научат в редакции в течение двух недель».

— Так ли необходимы жанры современной журналистике?

— По-другому этот вопрос можно сформулировать так: «Нужно ли журналисту знать, какие

типы текстов существуют?», поскольку под жанрами в журналистике понимаются именно устойчивые типы текстов. Думаю, что журналисту, не обучавшемуся на факультете журналистики, знать жанры не обязательно, так же, как какому-нибудь водителю не обязательно знать, что собой представляют разные другие автомобили, кроме того, на котором он ездит. А какому-нибудь пирожнику не обязательно знать, какие могут быть пироги. Водитель может всю жизнь ездить на одном автомобиле, пирожник — всю жизнь печь только пирог с яблоками, а журналист — всю жизнь писать тексты, представляющие собой заметку. Владея, например, лишь одним жанром, можно создавать шедевры. Но если хочешь иметь «маневр», творческую свободу, то необходимо узнать, какие ещё бывают автомобили, или пироги, или журналистские тексты. Конечно, знание жанров не гарантирует того, что журналист всегда будет «выдавать на-гора» прекрасные материалы. Ему, как и представителю любой другой профессии, ещё надо иметь определенные способности, а желательное — и талант.

— Ведь многие талантливые журналисты работают без оглядки на теорию жанров, да и теорию вообще...

— В современной журналистике работают авторы разной квалификации. Очень многие из пришедших в СМИ в 90-е годы прошлого века вообще не имели журналистского образования. Да и сейчас не все его имеют. Многие «доходят» до сути дела по ходу практической работы и создают тексты «как бог на душу положит». Поэтому современная журналистика демонстрирует определенное пренебрежение к жанровым формам. Это не означает, что тексты всегда получаются плохие или что жанры куда-то навсегда исчезают. Избавиться от них невозможно.

— Знание жанра «упрощает жизнь» журналисту, а что насчет читателей? Им это важно, нужно?

— Тексты, которые в максимальной мере будут выражать твой замысел, будут максимально интересными и доступными для аудитории, ради которой они создаются. Если, например, в газете или журнале не применяются разные жанры, они «теряют краску». Знание жанров помогает быстрее сориентироваться в выборе аспекта отображения предмета, о котором хочешь рассказать аудитории, и в цели его исследования, и в отборе материала, из которого будет создан текст.

«Надо иметь ещё в виду и то, что аудитория привыкает к определенным формам отображения действительности (жанрам), и они потом облегчают восприятие информации. Складывается так называемая читательская установка или установка восприятия, которая в известной мере руководит их вниманием при выборе текстов для чтения».

— **Можно сравнить с супермаркетом: если покупатель пришел за молоком, он всегда идет к нужной полке, проходя мимо всех остальных.**

— Совершенно верно.

— **Обязательно ли журналисту думать о жанре будущей публикации перед сбором материала, или можно избрать его, непосредственно приступая к написанию текста?**

— Есть два пути создания текста. Один я называю условно «констатирующим», а другой — «драматургическим». Первый путь реализуется в ходе сбора материала, когда автор «что видит, о том и поет». Это опять же, условно говоря, метод, который применяет «акын» (самобытный казахский поэт), который слагает песню, когда едет на верблюде по степи или пустыне и повествует о том, что видит вокруг. В этом случае получается текст, который в журналистике может быть отнесен к какому-то из уже известных жанров, например к репортажу. А может получиться какой-то иной, например, новый по своим признакам (что не всегда значит — удачный) гибридный текст. Если же реализуется «драматургический» подход, то автор может заранее представить себе, какой жанр в данном случае лучше всего подойдет, и будет прицельно собирать необходимые данные, а потом так же осознанно излагать его в избранной уже заранее жанровой форме.

При этом подходе может быть реализован и другой вариант. Например, журналист берет интервью у какого-то человека, а потом, на стадии осмысления, решит изложить его в форме очерковой зарисовки, дополнив полученный материал личными наглядными впечатлениями. Но, конечно же, лучше, хотя бы в «прикидочном варианте», подумать о том, как примерно будет выглядеть твой будущий текст, то есть в какую жанровую форму он может вылиться.

Если же журналистский текст превращать в поток сознания, будет ли у него читатель? А как же сюжет? Композиция?

— **Журналистика, как известно, сегодня использует новые формы подачи информации. Гибридные формы, в случае их постоянного использования, обозначаются как некий «формат» публикации, принятый в данном СМИ. Не делает ли это ненужным понятие «жанр журналистики»?**

— Гибридные формы подачи информации в журналистике, увы, не изобретение последнего времени. Как говорит герой одной древнегреческой трагедии: «все было, было, было!». О подобных гибридных формах теории журналистики рассуждали уже в начале 60-х годов прошлого века. По этому вопросу можно посмотреть, например, работы по жанрам известного профессора МГУ В. В. Ученовой. Такие формы появляются не только в силу некачественности авторов, но и потому, что в ряде случаев помогают более полно, более рельефно отобразить что-то. Сочетание разных форм изложения материала иногда может служить хорошим средством привлечения внимания аудитории. А в наше время, когда в распоряжении журналиста широкие изобра-

зительные возможности интернета, компьютера, тяга к комбинации разных средств, создание новых форматов информационного продукта ради достижения поставленной автором задачи просто необходимо, поскольку обогащает арсенал средств журналиста.

— **Чем определяется «формат»: политикой издания или критерием интересно/неинтересно читателю?**

— В условиях рынка массовой информации, роста числа СМИ, конкуренции, возникающей между ними, каждое из них стремится завоевать и удержать свою аудиторию, обрести свою нишу на этом рынке. В связи с этим издания ищут такой набор тематических направлений, жанровых форм, дизайнерских решений и пр., совокупность которых дает, по мнению экспертов, максимальный шанс выглядеть данному изданию оригинально и интересно для определенного сегмента массовой аудитории. Так вот, рамки такой совокупности могут быть обозначены как формат издания в целом, которому издание следует на протяжении установленного срока. Определенные рамки издания задаются скорее производственными задачами, содержанием, а не жанрами. Если же вместо понятия «жанр» используется понятие «формат», то можно вести речь о текстовых форматах изданий коммерческих, нацеленных на интерес аудитории. Если же речь идет о качественных изданиях, то форматы их устанавливаются исходя как из интересов аудитории, так и из целей учредителей (хозяев) изданий. Главное при этом — не забывать о том, чтобы в погоне за новыми формами не потерять содержание нашего журналистского творчества.

«Форматы, обретая устойчивый характер, постепенно превращаются в жанры, получают свои жанровые имена».

Дарья Шупенька
<http://www.websmi.by/2016/11/zhurnalist-dolzhen-byt-v-zhanre-ili-v-forme-beseda-s-professorom-zhurafaka-mgu-aleksandrom-tertychnym/>

Александр Алексеевич Тертычный (25 мая 1944, Курск, РСФСР, СССР — 28 января 2019, Москва, Россия) — советский и российский исследователь журналистики, профессор МГУ. Родился в Курске. В 1973 году окончил факультет журналистики МГУ.

В 1979 стал кандидатом филологических наук, защитив диссертацию на тему «Типы аргументов в структуре публицистического произведения». Доктор филологических наук (2003, тема докторской диссертации — «Методология и методика социального познания в журналистике»). Профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ (с 2005 года). Читал ряд курсов на факультете журналистики.

Основные научные труды: «Жанры периодической печати» (учебное пособие, 2000, 2011); «Расследовательская журналистика» (учебное пособие, 2002,

2011); «Социальное познание в журналистике (методология, методы, методика)» (2009); «Аналитическая журналистика» (учебное пособие, 2009); «Методы профессиональной деятельности журналиста» (2011); «Журналистика печатных СМИ» (учебное пособие, в соавторстве, 2013); Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2014.

Преподаваемые дисциплины: бакалавриат — лекции «Основы подготовки текстов для газет и журналов», МКК «Логическая культура журналиста», спецкурс

«Искусство аргументации в журналистских текстах», спецсеминары «Репортаж-расследование: от факта до публикации», «Технология и творчество в работе современного журналиста», «Развлекательная журналистика»; *магистратура* — лекции «Профессиональные технологии современной журналистики», «Расследовательская журналистика», «Жанровая структура современной периодики», спецкурс «Аналитические методы работы современного журналиста», *спецсеминар* «Сатирическая публицистика в современных СМИ»



Филиппов Юрий Леонидович

27 декабря 2018 года после тяжелой болезни ушел из жизни декан филологического факультета, заведующий кафедрой теории и практики журналистской работы, доцент, кандидат филологических наук Юрий Леонидович Филиппов.

Большая часть жизни Юрия Леонидовича была неразрывно связана с Курским государственным университетом. В 1984 году он с отличием закончил факультет русского языка и литературы Курского государственного педагогического института. В 1988 году после учебы в вузе, нескольких лет педагогической деятельности в школе и службы в армии судьба привела его сначала на кафедру литературы, а затем в качестве заведующего на созданную им кафедру теории и практики журналистской работы.

Современное журналистское сообщество Курской области развивалось при непосредственном участии Юрия Леонидовича Филиппова. За 20 лет работы под его руководством на факультете было подготовлено более шестисот журналистов, которые трудятся не только во всех местных средствах массовой информации, но и в газетах и крупнейших теле- и радиоконпаниях Москвы, Санкт-Петербурга, Воронежа, а также за рубежом (Ирак, Йемен, Китай, Грузия, Вьетнам, Кыргызстан, Азербайджан, Франция, Туркменистан, Украина).

Юрий Леонидович преуспел и в научной работе, занимаясь изучением творчества современных русских писателей. Им опубликовано более 70 научных трудов.

Юрий Леонидович умело поддерживал и расширял связи с работниками сферы образования и культуры Курской области. На протяжении многих лет он являлся председателем общественного совета при Комитете информации и печати Курской области, членом учебно-методического объединения по журналистике при Московском государственном университете и региональной секции Центральной и Центрально-Черноземной России при Воронежском государственном университете.

Пройдя путь от ассистента кафедры до декана факультета, Юрий Леонидович оставил добрую память о себе в душе каждого, кого он согрел своей заботой, дружбой и любовью.

Юрий Леонидович был самобытным, талантливым преподавателем, блестящим организатором, душевным и отзывчивым человеком, близко к сердцу принимавшим проблемы других людей.

Светлая память о Юрии Леонидовиче Филиппове навсегда останется в сердцах его коллег, друзей и учеников.

Он был своим, настоящим!

Когда уходят люди, мы остаемся часто одни — со своими мыслями, воспоминаниями, болью и радо-

стью, но в душе у каждого горит лучик божественного света. Это — отражение земной жизни, которая теперь нами воспринимается иначе.

Бодрый, иногда задиристый голос Юрия Леонидовича, его удивительная энергия, сила и красота мужского обаяния, любовь к студентам и ко всем нам, его природная чуткость, живой юмор — как всё это умещалось в личности маленького человека, но большой по смыслу своей земной биографии личности!

С ним всегда было легко общаться — он понимал тебя с полуслова и знал цену настоящим людям, был внимательным на добрые дела, очень берег своих близких и заботился о них, как о самом дорогом на свете. И в этом смысле его милой жене, таким очаровательным, хозяйственным и самостоятельным (в папу!) девочкам было легко с ним — он жил для них и радовался тому, что рядом близкие, понимающие люди. Они — часть его души. В них запечатлены оттенки его характера, воли, земной благодати. Он гордился своими детьми и смотрел на них по-особенному — в каждой дочери он видел личность и всегда радовался их успехам. Не сентиментальный внешне, но мог быть по-ребячески наивным, непосредственным и раскрывался так не перед всеми. Он хранил уют своего сердца дома, с близкими и жил ради них.

И на филологическом факультете университета, где Юрий Леонидович занимал должность декана, он тоже был особенным. Деловой, немногословный, корректный, он видел насквозь многие проблемы и доверял людям, старался, чтобы им было комфортно с ним, был готов идти на компромиссы, как-то по-отечески опекал своих студентов, кафедру, заместителей — он научил их спокойно работать, быть ироничными, незлобивыми. Он и здесь создавал филологический уют, был очень гостеприимным, даже домашним. Он был своим, настоящим!

Нельзя не упомянуть еще об одной человеческой особенности Юрия Леонидовича: от корня русский, с природным духом и чутьем, он любил и понимал всё живое и был готов познавать новое, как будто это какая-то тайна, загадка, открытие.

Он радовался, как ребенок, что в саду будет цвести черешня, что появились новые сорта яблонь и груш...

Он любил почти по-крестьянски копаться в огороде и отдыхал душой на такой работе — она прибавляла ему сил.

Помню, как в недавний приезд в Курск Юрий Леонидович пригласил меня в поход за лесной земляничкой. Мне казалось, что он знал каждый уголок бесконечных перелесков между золотистыми полями. Это — его Родина. Он был счастлив, что живет здесь, и с радостью делился этими красотами с гостями, хотел и нас приобщить к частичке его мира, ощущений и красок. Он нагибался за каждой ягодкой как за Божьим созданием.

Эти поля, луга, перелески, травы и лесные ягоды, дух плодородной Курской земли — тоже часть его души, без которой он не мыслил полноценной жизни и очень любил эти выезды на природу. Он был её крупинкой...

Пусть каждый из нас сохранит в своем сердце добрый, приветливый, отзывчивый характер этого неординарного, особенного человека, настоящего мужчины, тонкого филолога и такого обаятельного человека.

Он стал уже частью истории и факультета, и каждого из нас. И память о нем не умрет никогда.

Его душа откуда-то с небес теперь будет безмолвно слушать суетный хор земной жизни и радоваться тому, что всё уже позади...

Вечная память рабу Божьему Юрию Леонидовичу!

О. В. Никитин,
доктор филологических наук, профессор МГОУ

ПРАВИЛА

для авторов научно-практического альманаха
«Акценты. Новое в массовой коммуникации»

Альманах принимает к публикации материалы, содержащие результаты оригинальных исследований, оформленные в виде полных статей. Опубликованные статьи, а также статьи, представленные для публикации в других журналах, к рассмотрению не принимаются.

Альманах выпускается в восьми номерах (4 ежеквартальных выпуска).

Плата с авторов за публикацию статей не взимается.

Редакция не гарантирует обеспечение авторов опубликованных статей бумажным экземпляром издания, поэтому им рекомендуется скачивать PDF-версии с сайта факультета (<http://jour.vsu.ru/izdaniya-zhurnaly-i-prodolzhayushchiesya-izdaniya/almanah-akcenty>).

Статьи принимаются в электронном виде. Они должны быть сжато написаны, аккуратно оформлены и тщательно отредактированы.

Текст статьи должен быть набран через полтора интервала, с полями — 2,5 см с левой стороны, размер шрифта — 14 п. (Times New Roman Cyr).

Для публикации статьи авторам необходимо представить в редакцию следующие материалы и документы в бумажном и электронном виде (e-mail редакции: vlvtul@mail.ru):

1) текст статьи, подписанный всеми авторами, таблицы, иллюстрации и подписи к ним;

2) название статьи, аннотацию, ключевые слова, инициалы и фамилию авторов, место работы — **на русском и английском языках**;

3) сведения об авторах: их должности, ученые степени, телефоны и адреса электронной почты (**на русском и английском языках**);

4) цветное фото автора.

Ссылка на использованную литературу дается в тексте цифрой в квадратных скобках [1], через запятую дается указание на страницы — [1, с. 165], через точку с запятой — другая ссылка (например, [1, с. 5; 2, с. 75]).

Кроме ссылок на литературу в тексте могут присутствовать сноски.

Список литературы дается в конце статьи с обязательной нумерацией и озаглавляется **ЛИТЕРАТУРА (прописные буквы)**. Список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. **Библиографическое описание, ссылки располагаются в порядке цитирования.**

Редколлегия