

ББК 76
А 38

**Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати**



АЛЬМАНАХ

Выпуск 5-6 (164-165)
2019

Редакционная коллегия:

**В.В. Тулугов —
главный редактор**
А.А. Кажикин
А.М. Шишляникова
(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
15.10.2019. Тираж 150 экз.

Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА

Владимир Тулугов

Российское медиаобразование: сегодня и завтра 2

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

Владимир Сапунов

Монополизация глобального медисектора:

события последнего года..... 5

Ольга Сусская

Люди без языка, или Жизнь в Королевстве кривых зеркал ... 10

ЛИТЕРАТУРА И ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Лев Кройчик

Браво, Сергей Владимирович!

Спасибо, профессор Савинков!..... 35

Павел Пономарёв

«Игры воображения» профессора Сергея Савинкова —

к проблеме организации диалога в образовательном

и коммуникативном процессе..... 37

Виктор Хорольский

Чтение как хлеб и как торт 40

РЕЦЕНЗИИ

«Любовь моя – “Молодёжка”» —

фрагменты фрагментов, или Тоска по весне 42

Поэтическая вселенная поэта 46

ДАЙДЖЕСТ..... 47

ПАМЯТЬ 52

ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ 60

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ 69



Владимир Тулупов

Российское медиаобразование: сегодня и завтра

На прошедшем в начале июня 2019 г. международном медиафоруме автор этих строк выступил с сообщением о проблемах медиаобразования, и среди первых назвал **не прекращающуюся дискуссионность** в этой области. Да, несмотря на свою почти вековую историю, медиаобразование до сих пор остается сферой споров, предположений, гипотез и т. п. Можно приветствовать такое положение, считая, что данное педагогическое направление не стоит на месте, а развивается, но можно и разделить озабоченность тех, кто утверждает: отсутствие единства подходов к медиаобразованию приводит к различному содержанию данного вида деятельности, порой не соответствующему его основным целям и задачам.

Исходя из понимания теории как сформированной в соответствии с научным методом доктрины, встают и другие серьезные вопросы: существует ли полноценная теория медиаобразования? Создана ли на ее основе информационная модель с системой определенных понятий (категорий)? Определены ли предпосылки для создания учения, объясняющего и прогнозирующего различные проявления объекта теории, показывающего логически непротиворечивые закономерности их проявлений?

То есть необходимы весомые доказательства того, что теория медиаобразования — это сложившаяся прикладная феноменологическая теория, имеющая междисциплинарный — психолого-социологический — характер; что это стохастическая теория, предполагающая вероятностный характер прогнозов. Тем более что существующие *инъекционная, практическая, идеологическая* и др. «теории» — это, скорее, направления медиаобразовательной деятельности. Действительно, в одном случае медиапедагоги делают акцент на защите населения от негативного воздействия со стороны медиа (защита от ложных культурных ценностей, фейков и т. п.); в другом — на поиске положительного эффекта от медиаконтакта; в третьем — на удовлетворении потребностей аудитории в создании собственных медиатекстов; в четвертом — на обучении аудитории анализу и выявлению манипулятивных воздействий медиа и т. д.

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

Как известно, существует еще как минимум семь параллельно реализуемых направлений медиаобразования: *семиотическое, культурологическое, эстетическое, художественное, теологическое, экологическое и этическое* [1].

Всё еще по-разному трактуются и такие категории, как «медиаобразование», «медиаграмотность», «медиакультура», «медиакомпетентность личности», «медиакомпетентность педагога», «изучение медиа», «медиалогия», «медиапедагогика», «медиапсихология», «медиатекст», «медиакритика». Появляются и новые понятия — например, «медийно-информационная грамотность» [2]. Понятно, что любое понятие может трактоваться как узко, так и широко, в зависимости от чего будет выстраиваться своя иерархия категорий, своя парадигма, т. е. логичная система научных установок, представлений и терминов. Если, например, медиаобразование рассматривать как работу с населением, то мы получим один набор задач и глубину их исполнения; если же медиаобразование охватит и будущих профессиональных работников медиасферы, то функции и принципы данной социальной области существенно расширятся.

Думается, такой парадигматический подход диктуется конвергенцией в информационных процессах, но, тем не менее, необходим единый подход, дабы преодолевалась (и это вторая проблема!) **несформированность российского медиаобразования как элемента социального института**. Важно сформулировать главную цель и основные задачи медиаобразования, конкретизировать функции и принципы (идеологию) нашей деятельности, что продиктует набор социальных ролей субъектов деятельности, систему организационных структур, кодексы и др. Да, сегодня в отдельных школах организуются пресс-центры; в каких-то регионах проводятся фестивали и конкурсы детских, юношеских и молодежных СМИ; дисциплина «Медиаобразование» включается в учебные планы некоторых вузов, реализующих направления «Журналистика» или «Медиакоммуникации» [3], но в целом медиаобразовательная деятельность осуществляется в нашей стране бессистемно, хаотично.

На наш взгляд, настало время создания государственной долгосрочной программы медиаобразования в России, благодаря которой все разрозненные — педагогические, научные, творческие, общественные — силы будут объединены. Поэтому, осознавая и преодолевая опасности бюрократизации и формализма, необходимо:

1. Выстроить учебно-методическую вертикаль, задействовав министерства (Министерство просвещения РФ, Министерство науки и высшего образования РФ, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ), профессионально-творческие союзы, гильдии, СМИ, факультеты, где реализуются направления УГСН 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» и УГСН 55.00.00 «Экранные искусства».

И здесь сначала важно определиться с ключевым понятием — «медиа». Вбирает ли оно в себя всё, что связано с информацией любых видов, или только то, что с массовой информацией? Если первое, то будет выстроена одна медиаобразовательная парадигма, если второе — иная.

Допустим, что медиа имеют свою многовековую историю. В этом случае мы солидаризируемся с мнением, что до изобретения книгопечатания главной летописью человечества было зодчество. Об этом писал еще Виктор Гюго в романе «Собор Парижской Богоматери», подчеркнувший роль храмов в сохранении культурных кодов, представлений людей о прекрасном. Да, существовали рукописные книги, но лишь в XV в., благодаря изобретению Гутенберга, человечество получило возможность в массовом масштабе передавать различные идеи — от философских до эстетических — последующим поколениям.

Если медиа — это всё, что несет информацию, то тогда они будут включать в себя: **изображения** — от наскальных рисунков до современной инфографики (*графическая информация*), **звуки** — от шумов до музыки (*звуковая информация*), **речь** — от устной до письменной формы (*вербальная информация*), **«живые» картины** — от немого черно-белого кино до звукового цветного движущегося изображения (*видео-информация*). То есть к медиасфере следует отнести произведения **искусства, журналистики, а также дизайна, рекламы**.

К видам искусства, как известно, относятся *пространственные и пластические* (изобразительное искусство — графика, живопись, скульптура; декоративно-прикладное искусство; архитектура; фотография); *временные, или динамические* (музыка, литература — художественная, учебная, научная, научно-популярная, справочная); *пространственно-временные, или синтетические, зрелищные* (хореография, театр, фотография, кино).

К разновидностям журналистики относят *печатную* (газеты, журналы, альманахи), *аудиовизуальную* (РВ, ТВ) и *интернет-журналистику*.

Дизайн также имеет свою функциональную классификацию: *индустриальный* (продукция машиностроения станкостроения, вооружение; предметы всеобщего потребления); *графический* (афиши, плакаты, щиты, упаковки и т. п.); *компьютерный* (веб-продукция); *дизайн архитектурной среды* (интерьеры, внешняя архитектурная среда, ландшафтный дизайн); *дизайн выставочных экспозиций; дизайн одежды и аксессуаров; арт-дизайн*.

Разновидности рекламы таковы: *наружная, сувенирная, печатно-полиграфическая и пресс-реклама; аудиовизуальная и интернет-реклама; реклама на транспорте и на местах продаж*.

Не забудем и о *зрелищах и развлечениях*, которые тесно связаны с представленными выше разновидностями произведений и местами их публикации.

Если же мы ограничим медиа областью массовой информации, причем передаваемой при помощи технических средств, то совокупность фундаментальных научных установок, представлений и терминов будет строиться вокруг средств массовой коммуникации, к которым отнесем прессу, радио, телевидение, кино, интернет.

Перед медиаобразованием в этом случае встает еще альтернатива: работа с населением и педагогической общественностью или работа с населением, педагогами и медиаспециалистами. Оба направления имеют право на жизнь, хотя мы склоняемся в сторону первого направления медиадеятельности, поскольку подготовка журналистов, рекламистов, пиарменов и др. (см. направления ВО «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью», «Телевидение», «Медиакоммуникации», «Издательское дело») — это все-таки сфера высшего образования, связанного с профессиональными стандартами, подготовкой будущих специалистов.

Исходя из избранной парадигмы, необходимо сформулировать цели и задачи современного медиаобразования, определить его объекты и субъекты, подобрать конкретный набор учебных дисциплин под функции и задачи направления подготовки обучающихся.

Например, к объектам медиаобразования можно отнести всё население, в той или иной степени контактирующее с медиа, а можно выделить блогеров, т. е. ту часть населения, которая сама создает медиаконтент. Можно процесс медиаобразования начинать с дошкольного возраста, а можно сосредоточиться на школьниках и студентах.

2. Необходимо проводить мощную и перманентную PR-кампанию, направленную прежде всего на педагогов и медиауправленцев, которых следует убедить в том, что использование в учебном процессе медиа (на основе специально разработанных учебно-методических пособий) значительно повышает эффективность обучения, делает связь «педагог — обучающийся» более крепкой; что без всеобщей медиаграмотности у общества нет будущего.

3. Необходимо снабдить все библиотеки школ и вузов бумажными и электронными средствами массовой информации из списка качественных СМИ [4].

4. Необходимо изучать и внедрять передовой зарубежный опыт в практику российского медиаобразования. Например, опыт Финляндии, где действует девиз «Гражданская медиаобразованность — главный принцип национальной политики», где существует государственный орган по медиаобразованию: Национальный аудиовизуальный институт (KAVI) с его Департаментом по медиаобразованию и аудиовизуальным медиа (MEKU) имеет правовую задачу по продвижению медиаобразования, навыков работы с детьми в СМИ и создания безопасной медиасреды для детей. MEKU также контролирует выпуск аудиовизуальных программ. KAVI находится в под-

чинении у Министерства образования и культуры и сотрудничает с ним [5].

Видимо, следует обратить внимание на то, как могут формулироваться *стратегические государственные цели: повседневное медиаобразование должно быть ориентировано прежде всего на детей и подростков, а также должно быть качественным; структуры, занимающиеся развитием медиаграмотности, создаются и поддерживаются с помощью законодательства, финансовых ресурсов и управления на национальном и местном уровнях; деятели в сфере медиаобразования и заинтересованные в нем стороны взаимодействуют друг с другом сами по себе, создаются новые партнерские отношения; страна берет на себя активную роль в глобальной деятельности в области медиаобразования* [5]. Есть и опыт эффективной реализации национальных проектов — таких, как «Цифровая программа», «Программа аудиовизуальной культуры», «Программа публичных библиотек», «Программа ребенка и молодежной политики», — органично включенных в решение задач по достижению гражданской медиаобразованности.

Литература

1. Бубнова Ю. А. Основные теории медиаобразования / Ю. А. Бубнова // [Электронный ресурс] Международный информационно-аналитический журнал «Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык». — 2017. — № 1. — URL: [https://](https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-teorii-mediaobrazovaniya)

cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-teorii-mediaobrazovaniya (дата обращения: 03.06.2019).

2. Жилавская О. П. Медийно-информационная грамотность как целостное понятие в изменяющемся мире / О. П. Жилавская // [Электронный ресурс] Международный электронный научно-образовательный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». — 2016. — № 16. — URL: <http://mic.org.ru/16-nomer-2016/562-medijno-informatsionnaya-gramotnost-kak-tselostnoe-ponyatie-v-izmenyayushchemsya-mire> (дата обращения: 09.06.2019).

3. Тулупов В. В. «Медиаобразование» — для магистрантов / В. В. Тулупов // Медиаобразование: опыт и перспективы. Межвузовский сборник. Выпуск 1. — Воронеж: Кварта, 2016, с. 100–106; его же. Миссия и современная практика медиаобразования / В. В. Тулупов // [Электронный ресурс] Международный электронный научно-образовательный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». — URL: <http://mic.org.ru/new/707-missiya-i-sovremennaya-praktika-mediaobrazovaniya> (дата обращения: 09.06.2019).

4. Галкина М. Ю. Особенности региональной газетной периодики Финляндии. Автореф. канд. дисс. на соиск. учен. степ. филол. наук / М. Ю. Галкина. — Москва, 2008.

5. Медиаобразование в финской образовательной системе. — URL: <https://poisk-ru.ru/s1655910.html> (дата обращения 04.06.2019).



Владимир Сапунов Монополизация глобального медисектора: события последнего года

Аннотация: Статья призвана дополнить отечественные исследования массовой коммуникации политэкономическим анализом событий, связанных с монополизацией в зарубежном медисекторе за последний год — на основании релевантных примеров.

Ключевые слова: монополизация, финансовализация, конвергенция, СМИ, Gannett, GateHouse Media, Sprint Nextel, T-Mobile USA, 21st Century Fox, Sky, Disney, Comcast, Reworld Media, Mondadori France, CBS, Viacom, Le Monde, Czech Invest Media, Daniel Křetínský, Lagardère.

Монополизация мирового медисектора остаётся важнейшей темой исследований в области журналистики и массовой коммуникации. Монополизация является объективным процессом в капиталистической экономике, поскольку позволяет капиталу получить бóльшую прибыль меньшими усилиями. Не исключением является и медисектор.

Сущность монопольного медиакapитала постоянно меняется, и последние крупные сделки в глобальной медиасистеме обычно сопровождаются другими ключевыми тенденциями её развития — финансовализацией и ужесточением медиаменеджмента, они также проходят наряду с глобализацией и конвергенцией. Монополизация зарубежного медисектора представляет собой нелинейный процесс, выражающийся в диалектике концентрации и разделения медиагрупп.

Автор неоднократно обращался к данной теме [1], данная статья должна дополнить отечественные исследования массовой коммуникации анализом событий, произошедших в западной медиасистеме за последний год (хронологические рамки — сентябрь 2018 года / сентябрь 2019 года).

За это время были окончательно оформлены две грандиозные сделки, юридически подтверждённые регуляторами в 2018 году — покупка компанией Walt Disney активов 21st Century Fox и приобретение корпорацией Comcast крупнейшего в Европе спутникового оператора — Sky [2].

За день до завершения сделки между Walt Disney активов 21st Century Fox на Нью-Йоркскую фондовую биржу вышла новая компания Fox Corporation, в кото-

рую вошли оставшиеся после продажи телевизионные активы — федеральная сеть Fox, Fox News, Fox Sports и бизнес-каналы Fox. Проданные активы разошлись по различным отделениям Walt Disney.

12 октября 2018 была завершена сделка по приобретению Sky компанией Comcast.

В августе 2019 года, наконец, было объявлено о воссоединении компаний Viacom и CBS — после 13 лет самостоятельного существования. Во многом это связывали с отставкой главного противника объединения — генерального директора Columbia Broadcasting System Леса Мунвса, погрязшего в сексуальных скандалах. Мунвс и другие топ-менеджеры CBS противились слиянию, полагая, что оно ухудшит финансовые показатели их компании. На момент воссоединения капитализация CBS составляла 18,47 миллиардов долларов, а у Viacom 11,96 миллиардов долларов.

Новая компания будет называться Viacom CBS Inc., 61% холдинга будет принадлежать акционерам Viacom, 39% — акционерам CBS. Объединённая компания рассчитывает на доходы в 28 миллиардов в год и на то, что слияние позволит сэкономить около 500 миллионов долларов. Президентом Viacom CBS Inc. будет Шэри Редстоун — дочка Самнера Редстоуна, которая была вице-президентом в обеих компаниях, генеральным директором — Боб Бэкиш — генеральный директор Viacom.

Несмотря на экономическую самостоятельность корпораций в течение 13 лет, 80% акций в каждой из них принадлежали компании National Amusements — в которой 80% акций принадлежат Самнеру Редстоуну, а 20% — его дочери. Шэри Редстоун также была вице-президентом в обеих компаниях.

В июле 2019 года Министерство юстиции США окончательно одобрило слияние третьего и четвертого мобильных операторов в стране — Sprint Nextel и T-Mobile USA. Стороны вели переговоры давно, сделки неоднократно срывались, наконец, в апреле 2018 года было объявлено о слиянии.

В феврале 2019 года против сделки резко выступили демократы в Конгрессе США, объясняя это тем, что очередная монопольная сделка повредит интересам абонентов, в том числе будет способствовать повышению цен. 12 марта в Палате представителей прошло очередное слушание. Против сделки вели интенсивное лоббирование конкуренты — AT&T и Verizon. Ядро стратегии убеждения менеджеров

Об авторе: Сапунов Владимир Игоревич, доктор филологических наук, профессор кафедры телевизионной и радиожурналистики Воронежского государственного университета.

Sprint и *T-Mobile USA*: слияние поможет в развитии сетей 5G в США

Американский регулятор в сфере телекоммуникаций FCC в марте заявил, что берёт трехнедельную паузу в рассмотрении дела о слиянии третьего и четвертого мобильных операторов в США. Традиционно сделки в сфере M&A рассматриваются FCC в течение 180 дней, представители регулятора объявили, что 122-м днём по-прежнему будет считаться 4 апреля. Комментируя решение, специалисты FCC отметили, что *Sprint* и *T-Mobile USA* предоставили большое количество дополнительной информации, которая нуждается в публичном обсуждении.

После того как FCC в июле 2019 года одобрила сделку, 13 американских штатов под управлением демократов подали соответствующие иски, в которых говорилось, что сделка лишит потребителей необходимой конкуренции. 26 июля Министерство юстиции США окончательно одобрило слияние — с условием, что *Sprint* продаст часть своего бизнеса и частотного спектра спутниковому и IPTV оператору *Dish Network* — на сумму в 5 миллиардов долларов, а *T-Mobile* предоставит *Dish* доступ к своей сети.

5 августа 2019 было объявлено о грандиозной сделке в газетной индустрии США. Собственники компании, владеющей наибольшим количеством ежедневных газет в стране — *GateHouse Media*, покупают компанию с самым большим совокупным тиражом изданий — *Gannett*.

Акционеры *GateHouse Media* будут иметь в объединённой компании 50,5%, остальным будут владеть акционеры *Gannett*. Объединённая компания будет называться *Gannett*, её штаб-квартира будет находиться в Маклине (Вирджиния), где сейчас находится главный офис крупнейшей по совокупному тиражу и бюджету компании в США. Совет директоров будет состоять из 5 членов *GateHouse*, трёх директоров *Gannett* и генерального директора *New Media Investment Group* — непосредственного владельца *GateHouse*. Покупка осуществляется по цене \$12.06 за акцию, заём для сделки 1,792 миллиарда долларов будет предоставлен частной инвестиционной компанией *Apollo Global Management*.

Общая сумма сделки не оглашается, но учитывая, что *New Media* переписывает на себя долги *Gannett*, она оценивается в примерно 2 миллиарда долларов. В результате слияния компаний, акции которых упали с января примерно на 30%, надеются сэкономить за 2 года от 275 до 300 миллионов долларов.

У *GateHouse* весьма сложная, хотя и недолгая, история и сложная структура собственности. В 1998 году компания была образована под названием *Liberty Group* бывшим юристом ныне развалившегося канадского медиамонстра *Hollinger*, который с помощью частной инвестиционной компании *Leonard Green & Partners* купил у *Hollinger* 160 газет. *Liberty* вела агрессивную экспансионистскую политику и к 2000 году довела число своих газет до 330, но уже через 5 лет из-за финансовых трудностей их количество уменьшилось на 60.

В итоге в 2005 году *Liberty* сменила владельца — её купила инвестиционная компания *Fortress Investment Group* (сейчас она принадлежит японскому банковскому конгломерату *SoftBank*). Тогда же название компании поменялось на *GateHouse*. К 2013 году общее количество газет увеличилось до 300, однако *GateHouse* мучили проблемы с долгами. Как результат — в сентябре 2013 года компания объявила о банкротстве по 11 главе американского Кодекса о банкротстве. Через 2 месяца *GateHouse* выкупила свой долг, её участие на бирже прекратилось, была образована *New Media Investment Group*, которая стала непосредственным владельцем *GateHouse* и осуществила новое IPO на Нью-Йоркской фондовой бирже.

Три года — с 2014 по 2017 — стали лучшими в истории компании. В это время она купила такие известные фирмы, как *Halifax*, *Stephens Media*, *Calkins Media*, *Morris Publications* и *Schurz*, добавив к ним *Dolan Media Group* и *Journal Multimedia*, специализирующиеся на деловых изданиях. Таким образом, *GateHouse* вышла на первое место в США по количеству ежедневных газет — 156, среди них — *Columbus Dispatch*, *Austin American-Statesman* и *Oklahoman*. В штате 10 638 сотрудников, доходы компании за 2018 год составили 1,53 миллиардов долларов. В Q2 2019 поступления в бюджет компании упали на 6,9% по сравнению с показателем второй четверти 2018 года, доходы от печатной рекламы упали на 15,3%. Тем не менее, чистая прибыль выросла на 4% от отметки в \$404.4 миллиона — за счёт сокращения расходов.

По результатам финансового отчёта за вторую четверть 2019 года *Gannett* объявила, что по её итогам доходы упали на 9% до \$660,3 миллионов по сравнению с показателем годичной данности. Доходы от печатной рекламы в Q2 2019 упали на 18,5%. В то же время чистая прибыль увеличилась на 64% до 26,7 миллионов долларов. 6,5 миллионов долларов приходятся на реструктуризацию, списание «плохих активов», увольнения и другие сокращения расходов, еще \$32,8 миллиона *Gannett* получила от продажи недвижимости и другой собственности.

Ранее в 2019 году менеджеры *Gannett* отвергли предложение о продаже своей компании группе *Media News*, заявив, что стандарты журналистики и ведения финансов группы, принадлежащей частной инвестиционной компании *Alden Global Capital*, являются сомнительными.

Объединение *Gannett* и *GateHouse* вызвано, прежде всего, непрекращающимся кризисом американской газетной индустрии, главной причиной которого является конкуренция с Интернетом. С момента начала кризиса в 2007–2008 годах работу потеряли 47% сотрудников американских газет, а 60 газет (в том числе — издания с историей в более чем 100 и 150 лет) прекратили существование. Последней жертвой в начале июля стала газета со 150-летней историей *Vindicator*, выходящая в городе Янгстоун (Огайо). Также с 2000 по 2018 год американские газеты потеряли 49% недельного совокупного тиража и 57% доходов от рекламы и распространения.

Продолжая разговор о новостях последнего года в сфере M&A, необходимо проанализировать крупные сделки во французской индустрии периодической печати.

1. Покупка Mondadori France компанией Reworld Media
2. Покупка компанией Czech Media Invest Даниеля Кржетинского акций Le Monde и журнальных активов компании Lagardère.
3. Распродажа компанией Lagardère других своих активов.

В декабре 2018 года было объявлено о том, что французская медиакомпания Reworld Media покупает Mondadori France (бывшая Emap France) — филиал итальянской компании Mondadori Spa. Сотрудники французского филиала итальянской компании Mondadori проголосовали за проведение забастовки на фоне неопределённости будущего — появилась информация о сокращении рабочих мест и даже о закрытии Mondadori France. Из 200 голосовавших 9 высказались против акции, 6 воздержались.

Компания Mondadori, находящаяся под контролем клана Берлускони и известная грандиозными скандалами, связанными с коррупцией топ-менеджеров, остаётся одним из лидеров на итальянском журнальном и книгоиздательском рынке. По одному из уголовных дел, связанных с Мондадори, Сильвио Берлускони проиграл своему главному конкуренту в итальянской медиасфере — Карло де Бенедетти. А судья Витторио Метта, который вёл тот процесс, получил 11 лет тюрьмы. Из которых отсидел год и девять месяцев, после чего был оправдан Кассационным судом Италии.

Сделка уже была назначена на 12 марта 2019 года. Однако позиция Совета по экономическим и социальным вопросам Mondadori France, выразившего обеспокоенность тем, что покупка может привести к увольнениям во французском филиале и ухудшению условий труда работников, а также угроза забастовки — вынудили менеджеров компаний отложить сделку.

На этом фоне 14 марта 2019 года Mondadori Spa опубликовала финансовый отчёт за 2018 год. За год доходы компании, которая принадлежит группе Fininvest, контролируемой Сильвио Берлускони, сократились с 970,1 до 891,1 миллионов евро (-8,1%). Только за Q4 2018 года выручка группы Mondadori уменьшилась на 11,4% — до €233 млн.

Худшие показатели выручки оказались именно у французского филиала, который потерял за год 7,5% доходов (в 2018 году они составили €305,6 млн. против €330,4 млн. в 2017 году). Прибыль от рекламы печатной продукции во Франции упала на 7%, а прибыль от интернет-рекламы сократилась на ещё более удручающие 11,2 процента.

Сваливая всё на неудачи французского филиала, в декабре 2018 года менеджеры Mondadori продали свой главный политический актив в Италии — влиятельный еженедельный журнал новостей Panorama. Покупателем стала компания Verità Srl.

Чистые финансовые активы Mondadori за 2018 год уменьшились на 147 миллионов евро, что по сравнению с 2017 годом (-189 миллионов евро) выглядит некоторым улучшением. Всего за год компания Mondadori потеряла около 177 миллионов евро по сравнению с 30 миллионами прибыли в 2017 году. Главный повод для оптимизма менеджеров Mondadori Spa — показатель EBITDA за 2018 составил 26,1 миллионов евро, на 100 тысяч больше, чем в 2017 году. А скорректированный показатель EBITDA вырос с 18,4 миллионов евро в 2017 году до 21,3 миллионов в 2018.

Наконец, 31 июля на общем собрании акционеров французской медиагруппы Reworld Media официально объявлено о приобретении Mondadori France. В результате сделки Reworld Media может считаться крупнейшей компанией в области прессы во Франции по количеству изданий — их теперь будет больше 50 — печатных и цифровых.

RM владеет, например, журналами Marie France, Auto Moto, Be, Journal de la maison и другими, Mondadori France — Science et Vie, Crazia, Closer, Télé Star, Auto Plus. Как видим, сплошной глянец — влиятельных журналов среди них нет, зато есть большая аудитория.

Совокупный бюджет составит 483 миллионов, а показатель EBITDA (если рассчитывать по данным на конец 2018 года) — 37,2 М€. Капитализация Mondadori France сейчас составляет 70 миллионов евро, ещё пять миллионов евро владелец французского филиала итальянская группа Mondadori может получить в качестве выплаты по результатам 2020 года (earn-out).

Комиссия по конкуренции (l'Autorité de la concurrence) 24 июля одобрила сделку — с условием, что объединённая группа продаст один из автомобильных журналов — L'Auto Journal (Mondadori France) или Auto-Moto (Reworld Media).

Однако не всё так просто. С окончательным завершением пришлось подождать. 12 июля Суд высшей инстанции Нанта принял решение в пользу профсоюза и постановил начать информационно-консультационные переговоры, на которых менеджмент Reworld Media должен будет объяснить представителям Совета по экономическим и социальным вопросам детали предстоящего слияния и будущую редакционную политику. Переговоры должны были начаться в течение 8 дней после принятия судебного решения — под угрозой штрафа в 50 тысяч евро за каждый день отсрочки. И только после согласования деталей сделка должна быть снова представлена в Комиссию по конкуренции.

Совет по экономическим и социальным вопросам Mondadori France, как и национальный журналистский профсоюз Франции SNJ-CGT, не скрывали своего удовлетворения. Во-первых, потому что сделка теперь будет оттянута на некоторое время (до нескольких месяцев), во-вторых — потому что им объяснят детали сделки, и без согласования с ними она не будет заключена. Но главное — это беспрецедентное судебное решение, которое расширило полномочия

французских журналистских профсоюзов — и так самых могущественных в отрасли в ЕС.

Из других новостей, связанных в 2019 году с медиаактивами Берлускони, выделим то, что в июне компания Mediaset Spa — монополист в сфере итальянского телевидения — объединилась со своим испанским филиалом Mediaset España, чтобы создать медиахолдинг в Голландии — MFE-MEDIAFOREUROPE. Хотя холдинг будет находиться в Голландии, он станет финансовым резидентом в Италии и Испании, его акции будут размещены на итальянских и испанских биржах.

Также новая компания будет владеть пакетом в 9,6% акций немецкого телеканала ProSiebenSat.1, приобретенного Mediaset двумя неделями до этого. Берлускони рассчитывает на выручку в 107 миллионов евро к 2023 году от MFE, создание которого должно быть завершено в течение шести месяцев.

Серьёзным событием на французском газетном рынке, которое открыло новую страницу его истории, стало приобретение большей части медиаактивов чешским миллиардером Даниелем Кржетинским, главой группы Czech Media Invest. Были времена, когда крупнейшие СМИ Чехии были почти полностью скуплены западным капиталом. Сейчас чешская пресса большей частью избавилась от иностранных собственников, её контролируют местные олигархи, в том числе премьер-министр Чехии Андрей Бабиш (владелец группы MAFRA).

Тенденция ухода иностранного капитала из прессы становится общим местом для Восточной Европы. Кроме Чехии, это особенно иллюстративно проявляется в Венгрии, Болгарии и странах бывшей СФРЮ. Западный капитал (прежде всего немецкий, швейцарский и австрийский, а ранее скандинавский) отпугивают убытки и непростые условия ведения бизнеса. Теперь западноевропейские капиталисты в основном предпочитают владение восточноевропейскими газетами и журналами «на паях» с местными олигархами.

При всём этом доля западного капитала в восточноевропейском медиасекторе по-прежнему остаётся значительной, и серьёзного влияния западных медиагрупп недооценивать нельзя. Особенно это касается телеком-сектора. На чешском рынке мобильной связи и Интернета монополистами являются филиалы O2, Vodafone и T-Mobile, в Польше филиал Orange и польский оператор Play, которым поровну владеют два британских частных инвестиционных фонда — Novator и Tollerton. Крупнейший телеком-оператор Венгрии Magyar Telekom принадлежит немецкой Deutsche Telekom.

Но чешский медиакапитал не ограничился вытеснением иностранцев из местной прессы и начал агрессивное вторжение во французскую прессу. Чешский медиамагнат Даниель Кржетински, президент и главный акционер группы EPH (Energetický a průmyslový holding), президент пражской Спарты и владелец Czech Media Invest (СМИ — группы, которая, например, выпускает самый тиражный чешский таблоид Blesk) — купил 49% акций Le Nouveaux

Monde. Эта группа, принадлежащая Ксавье Ньелю (основателю оператора мобильной связи Iliade) и банкиру Матье Пигасу, контролирует почти 75% газеты Le Monde. Кржетинскому уже принадлежит журнал Marianne, а с января 2019 года он стал собственником большей части журналов (включая Elle, Télé 7 Jours, France Dimanche, Ici Paris и Public) группы Lagardère — монополиста в журнальной сфере страны. Кроме того, Czech Media Invest купила у французского монополиста сеть радиостанций в Чехии, Словакии, Румынии и Польше. После этих покупок Кржетинский стал одним из главных медиамагнатов Франции.

Между тем компания Lagardère этими продажами не ограничилась. В феврале 2019 года менеджмент объявил, что 20% имеющихся акций радиостанции Jacaranda в ЮАР будут проданы компании Kagiso Media. Также один из главных игроков на рынке южноафриканских медиа купит у Lagardère 49,99% рекламной компании Mediamark.

Ранее, в 2018 году, были проданы два популярных медицинских сайта — Doctissimo и MonDocteur, биржевой ресурс Boursier.com был продан группе Les Echos-Le Parisien, с ней же ведут переговоры о продаже сайта для онлайн-заказов билетов BilletReduc.com. Также группа Lagardère продала свои 42% акций в издательстве Marie Claire семье Prouvost.

Главными активами, остающимися у Lagardère, являются журнал Paris Match, еженедельная газета Le Journal du Dimanche и радиостанция Europe 1.

Значительное и иллюстративное событие произошло в январе 2019 года на Балканах. В споре между болгарами и сербами за покупку Telekom Albania (TAL) победили болгары. Второго по величине телеком-оператора в Албании (после местного филиала Vodafone) за 50 миллионов евро покупает компания Albania Telekom Invest AD, специально созданная для этой сделки болгарским бизнесменом Спасом Русевым (главным акционером крупнейшего болгарского телеком-оператора Vivacom) с партнерами. Прежним владельцем TAL была греческая группа OTE, 45% акций которой принадлежат Deutsche Telekom. Главным конкурентом болгарской компании был крупнейший сербский телеком-оператор Telekom Srbija, предложивший 60 миллионов евро и, тем не менее, проигравший — очевидно, по политическим причинам.

По результатам исследования можно сделать следующие выводы.

Процессы монополизации глобального медиасектора продолжают развиваться нелинейно — на фоне дихотомии с демонополизацией. С одной стороны, мы видим грандиозные сделки в медиасекторе, в том числе воссоединение CBS и Viacom, с другой — активы некогда могущественной империи Мёрдока постепенно расходятся по другим компаниям, а его корпорации News Corp. и Fox Corporation по капитализации не могут состязаться с крупнейшими игроками глобального медиарынка. Капитализация AT&T сейчас составляет 254,39 миллиардов долларов, Walt Disney — 246,77 миллиардов долларов, Comcast —

199,02 миллиардов долларов. Тогда как капитализация Fox Corporation равняется 21,96 миллиардам долларов, а News Corp — 8,43 миллиардов долларов. Что, впрочем, не мешает Мёрдоку и его сыновьям занимать руководящие посты в проданных компаниях Disney и Comcast медиаструктурах. Ещё один пример демонополизации — распродажа своих активов французской медиакомпанией Lagardère.

Надо сказать, что сплиты компаний лишь частично свидетельствуют о демонополизации, поскольку на освобождающиеся активы найдётся свой покупатель. Как в случае с 21st Fox, так и с Lagardère, так и ранее — с Time Warner.

Отметим также мощную экспансию на французский рынок чешской компании Czech Media Invest, которая, купив солидный пакет акций газеты Le Monde и журнальные активы Lagardère, стала серьёзным игроком на французском медиарынке. Что входит в абсолютное противоречие с процессами 1990-х, когда западный капитал полностью доминировал на восточноевропейском рынке.

Сейчас западные компании продают свои медиаактивы — не только в Чехии, но и в Венгрии, Сербии, Польше, Хорватии, Болгарии. При всём этом доля западного капитала в восточноевропейском медиасекторе по-прежнему остаётся значительной, и серьёзного влияния западных медиагрупп недооценивать нельзя. Особенно это касается телекомсектора.

2. Воронеж

Литература

1. См., например Сапунов В. И. Глобальные медиапроцессы и новейшие телевизионные технологии / Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж: Кварта, 2019—257 с.;

2. Подробно о том, как развивались события, см.: Сапунов В. И. Монополизация мирового медиасектора на фоне конвергенции и финансиализации / Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Филология. Журналистика». — С. 167—170.



Ольга Сусская Люди без языка, или Жизнь в Королевстве кривых зеркал ¹ (как уберечься от зомбирования)

Как с этим всем жить?

Вопрос, постоянно мучающий всех пиарщиков: нужно ли (и насколько это опасно), если публика будет понимать всё, или же, по крайней мере, частично — разбираться в приемах влияния на неё? Уж очень много появилось сегодня умных (и не очень), подробных (и запутывающих), раскрученных (и почти случайных) книг и книжек о Public Relations, имиджмейкерстве, рекламе и маркетинге и пр. И вообще, кому нужна вся эта «виртуализация сознания»? Ведь жили же мы (и все до нас) без массивного воздействия СМК, рекламы, Интернета и т. д.; и что изменилось бы в мире, если бы всё перечисленное вдруг исчезло, и человечество снова почувствовало себя в гармонии со своей природой? С другой стороны, если «это всё» пришло, т. е. появилось, то значит «это всё» кому-то и зачем-то нужно.

Между двумя вокзалами

Когда киевский актер Александр Парра и блистательная актриса московского МХАТ Светлана Коркошко играли в фильме «Почтовый роман», они не подозревали, что своей кинокартиной связывают две эпохи — два раза пребывают на стыке столетий: первый раз, когда олицетворяют героев, у которых за 40 минут между Киевским и Дарницким вокзалами промелькнула, пожалуй, самая важная страница их жизни (потом лишь повторявшаяся в многочисленных письмах); второй раз — встреча эпох — конец XX века, когда «закат киноэры» многие люди восприняли как «конец медиа». Теперь мы едем из Киева в Дарницу намного быстрее, но стала ли от этого наша жизнь намного счастливее и наполненнее? На стыке XIX и XX столетий люди воплощали себя, свои мысли и эмоции в письмах, прозе, поэзии и других видах художественных и эпистолярных жанров. А теперь, как сказал один знакомый журналист: «жизни нет вообще: есть телевидение, кино, айпеды, айпады и мобильные телефоны!». Так что же, теперь, когда мы едем из Киева в Дарницу (и дальше), мы уже не живем?

1. Окончание. Начало в № 1-2, 2019

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».

Интересно, спросите вы, а на стыке XX и XXI столетий, какой фильм покажет нам расстояние «между двумя вокзалами»: может быть, «Матрица» или «Мумия»? Не будем спорить о продуктивности и художественном опыте современного кино, укажем лишь на семиотическую картину: словосочетание «почтовый роман» явно лежит в другой знаковой плоскости, нежели «матрицы» и «мумии».

Яркости переживаний в современном медийном пространстве нам якобы вполне хватает, вот только достигается ли это искусственно (мы испытываем их по чьему-то «велению») или же это действительно наше личное сопереживание героям и всему происходящему на экране?!

Все чаще замечаем за собой (и не только за собой), что наши ДУШИ оглохли от суеты и примитивизма... Мы празднуем всё подряд: день смерти Столыпина, день рождения Гитлера, Степана Петлюры и тут же идем в храм славить Христа... Где срослись воедино столь разные и одновременно связанные нашей неразборчивостью даты? Оказывается, «срослись» они в нашем сознании. Всеобъемлющее вместилище всего, что суще и преходяще, и ничего — о ВЕЧНОМ, не говоря уже об УМНОМ и ДОБРОМ! Когда мы разучились мыслить? Или, нет, возможно, мы научились доверять свои МЫСЛИ лишь компьютерным сетям (в исключительном случае блогам)? Но чаще всего — сегодня нам приходится адресовать их далеко не близким людям.

Ощущение масс и потребность в массовом общении прививалась и успешно развивалась уже более полутора веков. За это время технологии прошли путь от радиоэлектроники (подарив нам радиовещание и телевидение, различные виды телефонии), до «верха желаемого» — мобильного Интернета и роботизации. Как отмечают знаменитые блоггеры Андрей Мирошниченко и Анатолий Мильнер — это стало своего рода революцией в области сетевых коммуникативных возможностей [17; 18].

Итак, оказавшись «между двумя вокзалами» — речевого опыта как способа организации смыслов, пришедшего из прошлого, и современного компьютерного «создания контента», общения на форумах и прочего «зависания» в сетях, человеку «говорящему» необходимо сделать выбор: либо он производит одноразовые тексты-обманки, спам или, как его назвал Г. Рейнгольд, «информационный мусор» [25]; либо он действительно включается в сеть, чтобы произвести на свет какой-то полнозначный контент, наполненный смыслом текст, имеющий адресата или адресатов (возможно и множество).

Атрибуты или аксессуары?

Спросим себя и вокруг находящихся что означают приведенные в названии рубрики слова: видимо, не каждый ответит однозначно... Напоминаем: «атрибут» — неотъемлемое свойство предмета, без которого предмет не может ни существовать, ни мыслиться [30]; а что касается второго — это вовсе не необходимый, а наоборот, второстепенный предмет: «аксессуар» — это принадлежность чего-либо; вспомогательная деталь; частность, сопровождающая что-либо главное (в театре — предметы *буафории* или *реквизита*, в изобразительном искусстве — второстепенные, вспомогательные *детали изображения*; аксессуары туалета — предметы, дополняющие костюм) [28, с. 23].

Атрибуты же социальные — это необходимые, существенные признаки современного человека, составляющие каркас жизненного мира, создающие уют и наполняющие среду обитания, иногда они претендуют на постоянство, олицетворяя определенные постоянные привычки, свойства, внутренние признаки отношений между людьми.

В памяти возникает еще одна аналогия: вспомним формулировку психологического понятия «каузальной атрибуции» (от лат. *attributio* — приписываю и *causa* — причина, основание); это понятие трактуется, как «механизм межличностного восприятия, состоящий из достраивания необходимой субъекту информации путем приписывания партнеру по взаимодействию возможных чувств и намерений, причин и мотивов поведения» [23, с. 15]. Особенно этот «механизм» человеческого восприятия важен в ситуации дефицита сведений о партнере по общению или, что для нас особенно важно, отсутствии достоверной информации об определенных социальных объектах, о социальных институтах и их организациях, социальных группах, класах, общностях (в т. ч. кланах).

Адекватность поведения партнера или же объяснение причин его поведения зависит от уровня развития интеллекта и жизненного опыта, степени адекватности субъектов по отношению к социуму и друг к другу. При восприятии социальных объектов возникают так называемые *эффекты социальной перцепции*, где существенную роль играют не только здравый смысл, опыт и интеллект, но и характер, мотивации и установки самого «человека общающегося» [30].

В философскую трактовку понятия «атрибут» так же, как и понятия «деньги», которые в свою очередь сами являются весьма важным атрибутом, например, атрибутом власти — («власть денег») или атрибутом статусных позиций («власть монарха»), или просто атрибутом-заменителем (эквивалентом) в формуле экономических отношений «товар — деньги — товар», которая продолжает работать во всех типах обществ, несмотря на известные, но безуспешные попытки от товарно-денежных отношений отказаться. Выше уже упоминалось, что «атрибут» — неотъемлемое свойство предмета, без которого предмет не может ни существовать, ни мыслиться. Не излишне напомнить, что Декарт рассматривал атрибут как основное свойство субстанций, поэтому в качестве атрибута телесной субстанции у него

выступает протяженность, а в качестве атрибута духовной субстанции — мышление. Спиноза же считал протяженность и мышление атрибутами единой субстанции, французские энциклопедисты уже в XVIII веке основными атрибутами материи считали протяженность и движение, а Дени Дидро причислял к ним ещё и мышление.

Действительно, изымая из жизни либо деформируя один из важнейших реальных атрибутов нашей жизни, мы попадаем в *зависимость* от их отсутствия (денег, статуса, семьи и т. д.). Следовательно, мир атрибутов начинает довлеть над нами, мы перестаем распоряжаться своей жизнью, а лишь отработываем то, что мы должны сделать, чтобы обеспечить, воссоздать мир атрибутов вокруг нас, сделать их принадлежащими себе. Процедуры воссоздания либо построения этой принадлежности полностью затыгивают нас, и мы зачастую теряем свое «Я».

Необходимые социальные атрибуты: работа, профессия, статус, семья и личностное их восприятие могут отличаться. Особенно они будут отличаться на сломе эпох, когда один социальный уклад (или строй) постепенно или бурно переходит в другой. Жить в период таких перемен — не самая сладкая участь, об этом говорил еще Конфуций. Но, если уж пришлось жить в такие периоды, по крайней мере, надо видеть их плюсы и минусы, и по возможности разумно ими пользоваться.

Посмотрим на примере (см. Табл. 2.1), как «эпоха перемен» повлияла на восприятие и степень готовности к рыночным отношениям, т. е. состоянием экономики и тем, как работает демократия в стране, а также на показатели удовлетворенности жизнью (ответы на вопрос: «Насколько Вы счастливы?», поставленный в анкете «Европейского социального исследования», проведенного в пять «волн» в 24 странах Европы, включая Россию и Украину) [7].

Следующая далее таблица 2.1 демонстрирует динамику удовлетворенности жизнью в целом в 3 славянских странах (из 24 стран-участниц европейского исследования), а также состоянием экономики и действенностью демократии. При сравнении мнений жителей других стран Европы, наиболее недовольны оказались состоянием экономики болгары, украинцы, португальцы и греки. (См. табл. 2.1)

Как видим по результатам, приведенным в таблице 2.1, в годы социальных напряжений повышается требовательность к качеству жизни [7, с. 78] (потенциал счастья) и, параллельно, снижается уровень интереса к общему развитию экономики, но остается прежним уровень требовательности к демократическим переменам. Насколько влияет степень напряженности на уровень оценок жизни и депрессивности настроений в целом, безусловно, могут показать только специальные исследования. Очевидно, что регулируют эти настроения не только (и не столько) сами события, сколько отображение последних в материалах СМИ. Вышеупомянутые привычки и склонности аудитории СМИ можно пояснить тем, что дело здесь не столько в формах и приёмах

(технике) коммуникации (и даже не в языке общения), сколько в смысловом наполнении.

Многочисленные аналитические заметки социологов не могут изменить сложившейся ситуации: телевизионная критика молчит, рейтинги одиозных программ, строящихся на сенсациях, скандалах, катастрофах, часто выглядят как «сеансы телеманипуляции» (по выражению С. А. Муратова). Согласно различиям взаимовлияния различных жизненных ценностей и атрибутов населения и основываясь на данных социологических исследований, можно спрогнозировать, готово ли субъективное сознание принять атрибуты резко меняющегося мира, в который постмодерная Европа вступила несколько десятилетий тому.

Сравнение данных позволяет сделать идентичная выборочная методика массовых опросов населения, примененная как в 2005 году, так и в последующие годы. Причем первое и все последующие из упомянутых исследований были проведены Институтом социологии Национальной Академии наук Украины [7].

Своеобразные мнемонические метки шестидесятых (как сейчас назвали бы — «распространенные мемы»), окрашенные романтикой путешествий выдвинули на первый план профессию геологов и, собственно, их роль — первопроходцев: «А я еду, а я еду за туманом, за туманом и за запахом тайги...», — пелось в известной песне славных «шестидесятников», которых влекли просторы Сибири, «туман тайги» и прочие подвиги... Теперь подвиг у нас, похоже, один: *зарабатывание денег*. Когда и как именно этот «подвиг» вытеснил все другие? И все ли так просто с нашим «выживанием», которым мы прикрываем или прикрываемся, когда пытаемся оправдать самих себя за пробуксовывание, «пролетание» и отсутствие удачливости в иных, более близких и необходимых нам областях деятельности.

Давно ли мы забыли извечную мудрость: «Не в деньгах счастье», и кто же этот Неизвестный, который так быстро и успешно убедил нас, что «счастье — только в деньгах и ни в чем другом». Попытаемся разделить мир на тех, кто «счастлив денежно» и, соответственно, несчастлив или не очень счастлив. Картина (снова в сравнении с 1990 годом) будет следующая: (См. табл. 2.2)

Известный в индустриальной социологии и политэкономии термин «денежная связь» в современной трактовке обозначает тип занятости в условиях современных индустрий, где единственными узлами, связывающими работодателей и работников, является зарплата, при этом каждая сторона стремится к максимальному удовлетворению своих собственных интересов, не обращая внимания на интересы другой. «В экономической жизни, — отмечает Ф. Фукуяма, — групповая координация необходима для одной какой-то формы производства, но когда меняются рынки или технологии, возникает необходимость в ином типе координации, возможно, с каким-то другим набором членов» [37, с. 33].

Если согласиться с тем, что деньги — это атрибут, то одним из следующих атрибутов, сопровождающих

и идентифицирующих статусные позиции в обществе, является мода. Мода определяет тип «позиционирования личности», акцентируя (опять же, с помощью атрибутов) как на групповой принадлежности, так и профессиональной, а иногда и классовой. Как один из мощных социальных индикаторов, современная мода (и порожденная ею индустрия) не только диктует, ориентирует на образцы, но и заставляет им подчиняться. Подражательные функции моды носят глубокий социальный характер. Подражательные же инстинкты, на которые опиралась мода всегда, были и остаются психологической подоплекой не только самой моды, но и рекламы, которая часто обслуживает ту же самую модную индустрию.

Модные атрибуты превращаются, благодаря усилиям средств массовой коммуникации, в своего рода индикаторы образа жизни (безусловно, лишь внешние). Многие в погоне за соответствием модным образцам тратят на приобретение необходимых для этого соответствия атрибутов все заработанное, пренебрегая требованиями здорового питания и в целом здорового образа жизни. Иллюстрацией этого является популярность журналов мод и так называемого «глянца» (особенно на стыке столетий и в начале 2000-х), распространение ночных клубов и популяризация так называемой «ночной» жизни, особенно среди городской молодежи, зачастую приводящей к зависимости от алкоголя и наркотиков.

Когда определенный тип проведения досуга является атрибутом моды, а не культуры — тогда в обществе сохраняется опасность превращения определенных групп в группы риска, а определенных занятий — в занятия, наносящие вред не только здоровью, но и развитию личности в целом.

Серьезным индикатором, сопровождающим утверждение статусных позиций, является также «вестернизация» моды и в целом поведения, особенно ярко воплощенная в так называемой «брендовой» одежде, т. е. одежде наиболее популярных западных марок и разрекламированных фирм (победителей и участников мировых показов мод), проч. Множественность случаев приобретения одежды и других «сопроводительных» товаров, в т. ч. аксессуаров — не «по карману», к сожалению, не фиксируется социологами.

С другой стороны, участились случаи обращения к психологам, с проблемами несоответствия и даже полярности запросов и возможностей, которые в условиях кризиса порождают серьезные депрессии. Напомним в этой связи участвовавшие случаи психических расстройств и даже самоубийств из-за невозможности выплаты кредитов (особенно после финансового кризиса 2008 года).

В то же время в западной (например, американской) культуре отношение к некоторым атрибутам, в т. ч. автомобилям (вспомним: автомобиль не роскошь, а средство передвижения), жилью, одежде, аксессуарам и т. д. является скорее потребительским, нежели индикатором целенаправленного следования моде. К тому же в наших условиях к этому добавляется еще и желание иллюзорно изменить статус, т. е. казаться более «крутым», могущественным и богатым,

чем это есть на самом деле. Как следствие, наступает неизбежный крах иллюзий и ложных имиджей, когда приходит час «платить по счетам».

Чем выше атрибутивность статусных позиций, тем легче их имитировать, но в то же время тем жестче и более разочарование в собственной неспособности подтвердить уже созданный имидж. Таким образом, если статусные позиции не подтверждены профессиональным и культурным ресурсом личности, а зиждутся только на внешней атрибутике, то тем скорее у такой личности наступит «крах иллюзий».

Чем выше атрибутивная привязка жизненных привычек, тем ниже уровень социального оптимизма и субъектной адаптации поведения личности. Её жизненный мир катастрофически зыбок, уверенность в завтрашнем дне убывает и резко усиливаются негативные ожидания.

Сравнительно новым является в нашем обществе приобретение ложного статуса «за деньги». Тем не менее иллюзия пребывания в таком статусе является лишь иллюзией, и, как и все ложное, это рано или поздно «становится явным»: депутаты с купленными голосами проигрывают выборы, коррупционеры не знают, как легализовать свои доходы, а бизнесмены — как отмыть «грязные» капиталы. Отсюда следует, что повышенная атрибутивность статусных позиций также тесно связана со степенью демократизации общества. В обществах развитой демократии не бояться показать свои реальные доходы с уплаченными по всем нормам налогами и не выставляют напоказ дорогие машины, предпочитая им более экономичные и маневренные, понимая, что автомобиль — это, действительно, не роскошь, а средство передвижения. Ещё в 1935 году Фердинанд Тённис, гениально предвидя дальнейшее развитие общества, предупреждал: «Его (общества) дела и заботы требуют неглубоких, нерелигиозных людей, склонных легкомысленно относиться к жизни, а также принуждают к тому, чтобы собственность (или хотя бы права на неё) сделать как можно более подвижной и разделённой; и государство также, поскольку оно способствует ускорению этого развития и ради достижения **своих** (выделение автора) целей считает наиболее пригодными для этого образованных, корыстных, практичных субъектов» [34, с. 250–251].

Как видим, статусные позиции личности тесно связаны с обществом, с самим типом общества (общественно-экономической формацией), его состоянием — благополучно ли общество, находится на подъёме или в кризисе и т. д. Большую роль в выборе направлений и самом выстраивании статусных позиций играет и общественное мнение, точнее, отражение в нем тех профессий и социальных статусов, которые фиксируются как наиболее престижные и «ранговые». Если этого не происходит, в обществе накапливается потенциал «ложных имиджей» среди людей, получивших престижную профессию, но в которой себя реализовать они практически не могут. Потери в этой связи крайне велики, как на уровне личностном, так и на уровне всего государства, которое получает стихийный рынок рабочей силы, при

этом — с большими потерями и превышением затрат на подготовку высококвалифицированных кадров, которых фактически использовать некуда. Тут же возникает болезненный процесс «оттока мозгов», который вымывает из страны лучших и талантливых, высококвалифицированных представителей востребованных профессий, практически отбрасывая общество-донора на позиции аутсайдера в наиболее актуальных отраслях науки, промышленности, культуры. Возникает противодействие, сначала на уровне формирования общественного мнения, а затем и внутри общества, которое не хочет сдавать свои цивилизационные позиции. Недаром в книге «Структурные преобразования в сфере открытости» Юрген Хабермас отмечал: «Конъюнктура понятия «цивилизованное общество» существует благодаря той критике, с которой выступали преимущественно диссиденты из обществ государственного социализма, протестуя против тоталитарного подавления политической открытости... Аналитические выводы подтвердили революционные преобразования в Восточной и Центральной Европе. Совершенно не случайно их сдвинула с места политика реформ, которая написала на своих знаменах «гласность» [38, с. 39].

Журналист в своем труде не может не фиксировать ту социально-психологическую ситуацию в стране, которая влияет на существование человека и построение им собственного статуса. Как было указано выше, тип высказываний и самих мыслей будет настолько атрибутивен, насколько атрибутивно и само сознание данного человека. А сознание тесно связано с типом общества и его социальным устройством. Эти постулаты, выведенные для нашего общества еще Б. А. Грушиным [6], применимы и для информационного общества, в которое мы сейчас постепенно включаемся.

Сердцевиной данного подхода является, как ни странно, не экономическая и не социологическая, а психологическая аксиома, что активность человека связана с его потребностями, т. к. именно они определяют направленность и активность личности, потому что процесс удовлетворения потребностей всегда представляет собой целенаправленную деятельность. При этом в первую очередь, исходя концепции Абрахама Маслоу, активность человека будет направлена на достижение неудовлетворенных потребностей. Именно это и есть регулятор интересов. Во многих психологических исследованиях также неоднократно подчеркивалось, что в процессе исторического развития в человеческом обществе у индивида начали формироваться общественные потребности, так же и в процессе социализации на жизненном пути любого человека формируются «высшие потребности» [55]. Эти потребности обуславливают возникновение особенной группы чувств — моральных, эстетических и т. п. Порожденные метапотребностями высшие чувства — ответственности, выполнения морального долга, патриотизма и др. — существуют реально, они сильны и значимы для человека и существенно влияют на активность и интересы личности.

Как было отмечено выше, уже во времена Ф. Тённиса было ясно, что мир нуждается в образованных людях, и чем сложнее будут становиться технологии, с которыми нам приходится сталкиваться, тем больше будет потребность общества в высокообразованных кадрах. Что же происходит сейчас? В среде общедоступного высшего образования начались проблемы: во-первых, как никогда стало волновать качество образования, которое дают современные вузы (частично эта проблема порождена диспропорцией наличия высококвалифицированных преподавателей высшей школы и количеством самих учебных заведений, получивших вузовскую лицензию); во-вторых, поверхностность отношения контингента получающих образование к самим знаниям и их дальнейшему использованию. Стало «модным» быть *незурдированным*, знать только узкий круг предметов и надеяться на голый практицизм. Последняя проблема возвращается нас лет на семьдесят назад, когда после гражданской войны страна боролась с безграмотностью.

Эта ситуация напоминает уже рассмотренную в первой главе проблему дауншифтинга, только в зеркальном отображении. Действительно, в последнее время на горизонте решений жизненных проблем образовался «малообитаемый остров» под иноязычным названием «дауншифтинг». Удачный пример дауншифтинга с последующим апшифтингом описывает Элизабет Гилберт, автор книги *Eat, Pray, Love: One Woman's Search for Everything Across Italy, India and Indonesia* (в русском переводе «Есть, молиться, любить» [5]), уехавшая в «дауншифт»-путешествие, чтобы найти себя, и вернувшаяся автором бестселлера. В нашей же ситуации молодые люди, получающие образование, уже готовы быть дауншифтерами сразу, с самого начала, но при этом иметь в кармане диплом о высшем образовании. Возникает вопрос: ЗАЧЕМ оно им?

Системный кризис общества напоминает ситуацию дистресса с ее негативным влиянием на психику, здесь кстати вспомнить мысль Чарльза Херманна о том, что «кризисы являются уязвимыми ситуациями в отношениях «система-окружающий мир», которые под давлением времени заставляют усомниться в дальнейшем существовании системы или важнейших системных структур» [50; р. 61–62]. Если считать институт семьи одной из важнейших структур системы (общества) и рассматривать его как необходимый атрибут существования человека и человечества, то необходимо найти приемлемый выход из кризисной ситуации общества, не разрушая семью. Что же мешает этому? Во-первых, избранный метод так называемой «редукции сложности» проблемы (в артикуляции Никласа Лумана), в нашем случае — это выжидание и наблюдение. Уязвимый объект считает, что *течение времени* само поглотит сложность, редуцирует предполагаемый круг рисков (одновременно — и возможностей) и увеличит «чувствительность» ситуации к тому, чего не хватает. Но не следует забывать, что время бесконечно, а человеческая жизнь — нет. Мысль Н. Лумана, близкая к афоризму, гласит: «Ритм рутины и кризиса предполагает централизацию компетенций приня-

тия решений и становится патологичным там, где они — например, вследствие принципа разделения властей — не предоставляются» [13, с. 102].

Атрибут в новом мире поднят на непредвиденно (и часто неоправданно) высокий пьедестал. Его наличие либо отсутствие может существенно изменить что-либо, деформировать восприятие личностью ее жизненного мира, усилить и углубить депрессивные состояния, насытить жизнь проблемами, которые еще полвека назад просто отсутствовали — в виду отсутствия необходимости в целой серии мелких атрибутов, сопровождающих или меняющих основные жизненные ценности и потребности. Это *смазывание ощущений* — что является истинным, а что подменной — ложным и несущественным, для современного человека становится новым злом, ментальной болезнью, зачастую провоцирующей болезнь физическую (а иногда и психическую). Неизбывное желание «быть как все», воспитываемое и подкрепляемое образами, символами и брендами не только на уровне массовой, но и межличностной коммуникации, провоцирует не только подмену ролей и статусов, их виртуализацию, но и потерю ощущения, какой же статус или роль являются действительными, в каком статусе или роли ты можешь быть самим собой.

В отличие от журналистов — где сама профессия практически повседневно сталкивает с известными людьми, которые относятся к категории «публичных личностей», или «селебритис», представления о публичной жизни как некоей «обетованной» среде, где известность и слава постепенно превращаются в деньги — для большинства людей обычно кажется чем-то желанным и недоступным. Хочется напомнить в этой связи высказывание Ричарда Сеннета, который в книге «Падение публичного человека» писал: «Силы, втянувшие личность в общественную сферу, обездолили большинство тех, кто вел публичный образ жизни, будучи убежденным в том, что обладает «реальной» индивидуальностью; поэтому эти люди отправились на поиски меньшинства, которое действительно обладало индивидуальностью, причем результатом поисков могли стать лишь поступки, продиктованные фантазией. Одним из плодов этого стал новый образ «артиста» в обществе; другим — будет новая форма политической власти» [27, с. 239].

Так называемые «профессии рампы»: телеведущие, певцы, депутаты, публичные политики, стилисты, визажисты и проч., обслуживающие «рампу», давно опередили столь необходимых стране инженеров и слесарей. А ведь о том, что мир, представляемый на экранах телевидения и кинематографа на три четверти иллюзорен, писали известные социологи И. С. Кон, И. В. Бестужев-Лада, В. Л. Оссовский, А. И. Вишняк и др. еще три десятка лет тому назад. Вероятность измерения воздействия атрибутов окружающего мира и степень адекватности этих измерений всегда волновали профессиональных социологов. На сегодняшний день одним из самых надежных источников социологической информации, не вызывающих сомнений с точки зрения методологии

и техники сбора и анализа информации, являются мониторинги [35; 36].

Если мир атрибутов начинает довлеть над нами (как артикулировалось выше), то мы перестаем распорядиться своей жизнью, то лишь отработываем то, что мы должны сделать, чтобы восстановить, воссоздать мир атрибутов вокруг нас, сделать их принадлежащими себе. А затем, измеряя степень удовлетворенности жизнью, социологи с удивлением наталкиваются на огромную дистанцию между желаемым и действительным, между преимущественно символической субъективной реальностью и жесткостью показателей объективной реальности.

В современных СМИ в рамках объяснения «предметной» реальности мы действительно пытаемся, разрушая предыдущие диалектико-материалистические подходы, создать нечто реабилитирующее «служение атрибутам» — атрибутам власти, денег, статусов, семьи. (Последнее часто используется в роли «беспроявляемого» аргумента в случае необходимости реабилитации социально неблагопринятого или даже криминального поведения, дескать — это было сделано для блага семьи, о чем сама семья даже и не подозревает).

Символизация атрибутивного существования ради поклонения этим же атрибутам — вот во что превращается «сотканная из мозаик экрана» жизнь сегодняшнего «одномерного человека» с его клишированными сознанием и мультиплицированными потребностями. Множественные «экранные» клише присутствуют и в современном разговорном языке, и транслируются из него в популярную литературу [21].

Единственным непоколебимым индикатором бытия в реальном пространстве жизни каждого субъекта остается ВРЕМЯ. Над ним не властны ни мода, ни потребность в насыщенном атрибутами реальном (либо виртуальном) пространстве, ни меняющиеся качественно-количественные показатели образа жизни. ВРЕМЯ и СОЗНАНИЕ, формирующие весь бытийный аппарат современного человека, остаются формо- и смыслообразующими основаниями жизненных ориентаций и отдельно взятой личности, и общества в целом. В этом плане автор полностью присоединяется к мысли М. К. Мамардашвили [16] о соответствии значимых для субъективного сознания «объективациях», что позволяет считать возможным оценить как саму степень атрибутивности *субъективной реальности*, так и её соотнесенность с существующими атрибутами *реальности объективной*.

Для себя лично, именно на уровне субъективного сознания, каждый журналист решает, устраивает ли его степень расхождения его понимания субъективной реальности и — реальности объективной, которая его окружает и представителем которой он также является. Эта гносеологическая, по сути, задача не так уж легка. Относительно данного расхождения можно прогнозировать — готово ли субъективное сознание («Я» — субъективное) принять атрибуты нового мира, или уже на этом уровне и в данных социальных структурах (институтах) будут накапливаться **ощутимое сопротивление** и потенциальные **проблемы**. С такими

вопросами повседневно сталкиваются большинство журналистов, ощущая это сопротивление на себе.

Удивляться сопротивлению чиновничьего аппарата «старого» мира уже не приходится. Если рассматривать атрибуты субъективной реальности всё же, как самодостаточную систему, то смена или подмена их приведет к разрушению социальной реальности сначала в отдельно взятом мире «моего Я», а затем и в целом в объективной реальности. А это — сделает наступление следующего этапа развития общества, т. е. грядущего «нового мира», в принципе невозможным.

Жизненный мир => «имиджевое пространство»

Имеем ли мы свое личное пространство? Да, и скорее всего, именно оно составляет наш *жизненный мир*, который со времен Эдмунда Гуссерля (сделавшего его центральным понятием феноменологической социологии) стал своего рода краеугольным камнем понимания **жизненного пространства личности**. Впервые концепция жизненного мира представлена в «Картезианских размышлениях» и «Кризисе наук как выражении радикального жизненного кризиса европейского человека» [8], опубликованных в Германии уже после смерти Э. Гуссерля, однако известных прижизненно его последователям и ученикам по некоторым французским переводам и по его лекциям. Сама идея жизненного мира связана с выходом на первый план в позднегуссерлианской феноменологии темы кризиса европейского общества как кризиса науки, философии, рациональности в целом. Э. Гуссерль считал, что европейский рационализм Нового времени односторонен, ибо он вытесняет духовное, смысловое начало из сферы научного познания.

Возможность преодоления кризиса видится Гуссерлем в создании новой науки про дух. Предметом этой науки выступает *жизненный мир*, от которого зависит и само научное познание — как от фундаментального основания сознательной деятельности. Современная «макрокоммуникативная реальность» формируется не в изолированном пространстве, а входит в социальный мир с присущими ему сложными отношениями между субъектами и источниками важной и содержательной информации, что раньше казалось лишь вероятным предположением. «Жизненный мир» (по Гуссерлю [9]) состоит из суммы непосредственных «очевидностей», задающих формы ориентации человеческого поведения. Феноменология Э. Гуссерля оказала весьма серьезное влияние на философию XX века, послужив свежим животворящим началом для становления экзистенциально-феноменологических исканий раннего М. Хайдеггера, ранних вариантов герменевтики Г.-Г. Гадамера, а также научных поисков и разработок таких теоретиков постмодернизма, как Жак Делез, Жан Деррида и др.

Интерес к межличностному компоненту в массовой коммуникации был созвучен интересу в социологии и социальной психологии к социальному

взаимодействию, к интеракционистским подходам и ролевой теории, но более всего он был близок к феноменологической социологии и её центральному постулату, который впервые за много лет пояснил детально базовое для каждого человека понятие — «жизненный мир».

В области сопряжения журналистики и связей с общественностью важным становится «разделение» жизненного мира персонажа и личного жизненного мира (протекающего и состоящего из элементов социальной реальности). Если мы вспомним «очевидности» и «объективности», о которых упоминал М. Мамардашвили, то отлично воспроизведем, из чего состоит «имиджевая позиция», или проще — на скольких «китах» стоит построение имиджа, ибо (к огорчению многих авторов «фундаментальных принципов» разработки имиджевой позиции) должны сообщить: таких «китов» всего два — целесообразность и эффективность. Как справедливо отмечает Г. Г. Почепцов [22], для имиджмейкеров и имиджологов важно представлять, что в имидже нет чего-то удачного или неудачного; само по себе — удачно то, что целесообразно обеспечивает продвижение к цели. А достигнутая цель есть проявление очевидности.

Множественный характер трактовки имиджей, проникающий в журналистику, сегодня становится инструментом своеобразного раскрепощения общества, поиска собственных интерпретаций событий и общественных феноменов. «Ключевой характеристикой общественного развития сегодня является внедрение во все сферы общественной жизни информационных технологий, причем, часто в аспекте гуманитарного знания информационные технологии осмысляются как коммуникативные (выделение наше. — О. С.)» [12, с. 8].

Однако не следует забывать, что взаимодействие культурных стереотипов, порождаемых обществом и усиленное средствами массовой коммуникации, возникновение новых символов реальности так или иначе проходят через «сито» ценностей и направляются процессом реализации ценностей. Известный имиджеолог Г. Г. Почепцов определяет личностный имидж как обращенное вовне «Я» человека, его публичное «Я» [22]. Следовательно, «очевидностями» здесь выступают:

а) эффективность построения модели имиджа, который в дофилософском, донаучном смысле выступает как первичный (в логическом плане) этап восприятия «образа Я» любым человеком, любым сознанием;

б) эффективность или полнота «базиса», т.е. тех возможностей, которые являются условием сознательного согласия индивида принять поведение носителя имиджа как эффективное и воспринять его; сюда относятся: язык носителя имиджа, его внешность, эмоциональность, психологическая готовность к контакту и пр.

Какое же место в этом всем занимает ЯЗЫК? Для филолога или журналиста ответ ясен — самое главное. Но столь ли ясно это и для тех, кто желает создавать свой имидж, позиционировать его (конечно, в самом

позитивном ключе) в разных социальных группах (целевых, по возможности) или же выступает заказчиком создания такого имиджа с нуля. Скорее, этот вопрос становится в данном случае риторическим.

В то же время важность для публичного человека владения языком (еще не идет даже речь об ораторском искусстве) является одной из решающих составляющих формирования его образа (имиджа) перед публикой. Причем эта публика может быть разной и контакт с носителем имиджа может устанавливаться как непосредственно (при личных встречах), так и опосредованно — с помощью медиа. Оценивается эффективность и адекватность (в т.ч. по отношению к ситуации) поведения субъекта — носителя имиджа по следующим критериям:

- во-первых, *речевое поведение* субъекта, включая паралингвистические и экстралингвистические элементы (по А. А. Леонтьеву);
- во-вторых, социальные характеристики и роли, которые выполняет носитель имиджа;
- в-третьих, соответствие стиля поведения тому образу, который создается, сюда входят гендерные и общеповеденческие особенности (быстрота реакций, энергичность, эстетические факторы и проч.).

Данные условия и возможности совпадают с областью общеизвестных представлений и обладают характером «автоматических», не осознаваемых регуляторов *СМЫСЛОПОЛАГАНИЯ*. Последнее и есть главный и определяющий ВЕКТОР того, что направляет и предопределяет наши жизненные задачи, помогает оптимизировать их выполнение и, в конечном итоге, наполняет нашу жизнь удовлетворенностью и наполненностью СМЫСЛОВ. Внутри этой «совкупности» типичных видов жизнедеятельности, «образов» индивида, социальной группы и общества в целом, рождается важнейшее осознание того, ради чего живет человек, олицетворение смысла жизни, которое совместно с условиями жизни формирует психологические и социальные критерии *ОБРАЗА ЖИЗНИ*.

Куда уходят СМЫСЛЫ? Этот сакраментальный вопрос проходит не только «красной нитью Ариадны» сквозь нашу сегодняшнюю жизнь. ОТ РЕШЕНИЯ этого вопроса (одних поисков ответа уже недостаточно) зависит: **будет ли наш жизненный мир** в дальнейшем и каким он будет?

Безусловно, воспринимать, скажем, каждого телеведущего или блоггера как носителя «исчерпывающих» смыслов, не стоит. Да и время моделей прямого воздействия средств массовой коммуникации давно прошло (см. Гл. 1). Однако так устроен наш мозг, что в поиске все большей комфортности устройства своего «жизненного мира» человек готов приносить достаточно большие жертвы: обманываться, ошибаться и снова искать. Хуже, когда под влиянием то ли ситуаций, то ли все-таки «прямого воздействия» СМИ, личность начинает осваивать (и, что характерно — *усваивать*) неприсущие ей и чаще всего и вовсе чуждые, ненужные, случайные или «привнесенные», временные имиджевые штампы и стереотипы.

Повышенная (а иногда и «зашкаливающая») атрибутивность существования человека в современном мире заставляет его не только *создавать имидж*, часто *менять роли*, примеряя различные «маски», но и осознавать «одноразовость» их применения и воспроизведения. При этом качество воспроизведения той или иной роли волнует все меньше и меньше — ведь степень дубликации ролей возрастает, *времени на осознание ошибок не остается*, осознание необходимости проработки ошибок чаще всего *отсутствует в принципе*.

Одноразовость использования того или иного имиджа (образа «Я»), маски, бренда и т. д. приводит к *ощущению непостоянства* и зыбкости всего сущего, чего не наблюдалось ни в одной из исторически предшествующих культур. Эта зыбкость ощущается всеми возрастными группами, и, как ни парадоксально, наиболее защищенными здесь оказываются люди среднего и старшего поколения, т. к. у них еще было выработано и воспитано чувство стабильности и ощущения непоколебимости определенных «устоев общества». Время кризиса, «время перемен» принесло с собой как новые надежды, так и новые разочарования. И одним из важнейших стало не только **отторжение от основных ценностей** (о котором шла речь выше), но и подмена собственной избирательности (права на выбор) целым сонмом «однодневок»: «масок», ролей, атрибутов, из которых, как из мозаики, сложен жизненный мир современного человека.

Если задуматься — только *жизненный мир слов* (и языков) не тематизируется, не уплощается, не истребляется и не выхолащивается в кругу повседневных ли, научных ли, строго психологических и прочих установок. По убеждению филологов, людей, которым известно о языке и его существовании в нашем жизненном мире всё (или почти всё), возможность раскрытия инвариантных многоуровневых смысловых структур давно известна. Из лингвистики она была удачно перенесена Э. Гуссерлем в область феноменологии жизненного мира и его осознания, где он увидел через призму критики научных абстракций (что пытаются часто делать и журналисты) **роль человеческой личности и её мира как единого феномена** существования и восприятия себя. Также с помощью проблематизации базовых характеристик субъектности, придавая последнему важнейшее значение и будучи одновременно социальным философом и социальным психологом, Эдмунд Гуссерль считал, что пространственно-временные характеристики, каузальная, вещественная и другие феноменологически важные составляющие жизненного мира, непосредственно *не даны* субъекту и не считаются *созданными* субъектом, но составляют так называемую *интерсубъектность* («поле самой субъектности») [8]. В рамках этого поля либо инвариантов этого поля (жизненного мира) возникает нечто, что с большей вероятностью может быть принято и отождествлено как сфера субъективного.

Учитывая, что имидж любого персонажа — журналиста, ведущего, комментатора, редактора, т. е. медиакommunikатора — есть (и должен быть) всегда

проявление субъектности, а сам процесс создания имиджа (как феномен) несет на себе элементы субъективных характеристик и «поля субъектности», то задачей (или сверхзадачей) имиджмейкера становится осознание последним как своего жизненного мира, так и жизненного мира своего «персонажа», степени его отождествления с миром. В случае, если это удастся, тогда и пространство создаваемого им имиджа другого субъекта — *«имиджевое пространство»* — станет крайне важным и интересным для аудиторий (масштабируемых целевых групп) таких субъектов.

Интернет-услуги: и как с ними бороться

*Важен не размер базы, а ее актуальность.
Системный администратор*

В последнее время стал весьма популярным Интернет-маркетинг. Однако многие компании, выделяющие бюджет на *email*-маркетинг, не имеют ясного представления о том, какую именно отдачу они должны получить в результате своих маркетинговых усилий. Причины этого, как правило, кроются в отсутствии времени и четкого понимания, каким образом можно автоматизировать и упростить эти процессы. Зачастую сотрудники таких компаний действуют вслепую, не понимая, какие отчеты следует получить, как эти отчеты формировать и анализировать, как делать выводы по полученной информации.

Как журналиста, автора волнует не только использование *email*-адресов вслепую, без обращений и минимально информативного этикета, но и, как правило, мертворожденные задачи, которые пытаются решить с помощью подобных маркетинговых рассылок.

Рассматривая ряд случаев, связанных с использованием *email*-адресов, т. е. какой-либо электронной базы, к примеру, рассмотрим ситуацию, когда для начала работы используется база адресов, собранная достаточно давно, мы убеждаемся, что работа с базой ранее не велась, и больше половины адресов в ней неактивны по разным причинам: адреса указаны с ошибкой, брошенные ящики, недоступные, удаленные. Храня «мертвые» адреса в базе и делая по ним рассылку, любая компания затрачивает гораздо больше средств и усилий, чем могла бы. Вместо прибыли такие рассылки начинают приносить убытки. Обработка «мертвых» адресов вручную требует целой бригады специалистов и огромного количества даром потраченного рабочего времени, а между тем, в сервисах, специально разработанных для комплексного *email*-маркетинга, уже давно существуют все необходимые инструменты, чтобы, с одной стороны, использовать возможности Интернета с максимальной отдачей, с другой — не дать втянуть себя в излишние или ненужные услуги, которые могут только увести от главной цели.

И снова встает вопрос *цели- и смыслополагания*.

Например, с помощью сервиса *SubscribePro* можно легко и быстро привести базу в порядок, чтобы далее поддерживать ее в актуальном состоянии.

1) Первым шагом должно стать *исправление адресов* с очевидными ошибками синтаксиса; в первую очередь нужно выявить те адреса, где допущены ошибки ввода — механические или грамматические, далее — ошибки синтаксиса — так как в электронном виде большинство таких ошибок очевидны и их легко исправить. Для этого достаточно скопировать весь список адресов, нажать кнопку «проверить», и система выдаст список ошибочных адресов, например katia@gmail.com, gregg@mailru, milk_roft@gmail.com и т.д. Ошибки можно исправить вручную и вернуть адреса обратно в список.

2) Вторым шагом является *исключение повторов*. Так же, как и в предыдущем случае, необходимо проверить список на повторяемость адресов. Далее список можно импортировать в базу. Если в списках всё же есть повторы, система при загрузке автоматически их исключит. На почту придет отчет об импорте с указанием количества повторов.

3) Третьим шагом, необходимым и естественным, будет *активация базы*.

4) Четвертый шаг: продумать, каким может быть «усиленный призыв» к действию — переходу по ссылке; здесь, вероятно, наиболее распространенным является метод Double Opt-In, состоящий в том, что каждому, изъявившему желание получать рассылку, на почту приходит письмо, содержащее ссылку для подтверждения подписки.

Таким образом, потенциальный подписчик сам должен совершить действие — перейти по специальной ссылке в письме — без этого перехода письма на адрес приходят не будут. Для старых баз это особенно актуально, отправка такого письма позволяет оставить только активные адреса, избавившись от «мертвых душ», т.е. не существующих почтовых ящиков и адресов подписчиков, не желающих получать письма. Прежде чем отправлять письмо-подтверждение, важно его хорошо продумать. Если письмо будет неубедительным, подписчик добавит адрес в спам или в «стоп-лист», и связь с ним оборвется (при составлении письма-подтверждения важно предусмотреть короткий, но ёмкий разъяснительный текст). В начале письма, где указано: кто вы, о чем будет рассылка, какие бонусы получит подписчик, должно быть напоминание о возможности отказаться от рассылки в любой момент и конфиденциальности данных.

Для журналистов важно ориентироваться в названиях фирм и компаний. На рассылки никто не отвечает, но их запоминают либо вычеркивают из своей памяти. Часто к журналистам обращаются за консультацией, какую смысловую нагрузку будет нести название (или заголовок) и как должно выглядеть. Хотя всем маркетологам известно, что заголовок должен транслировать «главную выгоду» от получения рекламных рассылок и в результате — заказа и приобретения товара или услуги, но далеко не все умеют воплотить такую цель в тексте. Здесь совмещаются законы человеческого восприятия смысла, цвета, «геометрии текста», его расположения и т.д. Хорошо работает бросающийся в глаза заголовок, передаю-

щий не только ключевой смысл, но и опирающийся на фирменный дизайн. Последний подкрепляется названием, логотипом, контактами компании-отправителя. Необходимо обратить внимание на то, что компанию могут узнавать как по «юридическому лицу», так и по названию бренда или проекта. Это зависит от его «раскрученности» и тех PR-мероприятий, которые были проведены, степени и качества их организации и масштабов.

Отдельная задача — разработка специальной страницы сайта. Здесь изложена вся информация, которая не может «влезть» в короткую информативную рассылку. Там, кроме дополнительной информации, может быть благодарность тем, кто «пришел посетить» сайт, и за подписку, информация о дате ближайшего выпуска (если это журнал или любая форма периодически пополняемой информации), архив предыдущих выпусков, ссылка на бонус, просьба о заполнении анкеты (при необходимости) и так далее. Тем, кто не подтвердил подписку и не добавил себя в «стоп-лист» после первого письма, а просто остался неактивен, можно отправить повторное письмо через месяц, с другим текстом и заголовком. Считается, что это могло произойти по разным причинам, поэтому сразу расценивать молчание как знак «отказа» не следует, ведь чаще всего это молчание просто связано с отсутствием мотивации либо (что ещё чаще) с отсутствием времени.

Такие инструменты, как SubscribePro, позволяют получить список адресов с ошибками, проанализировать текст ошибок и удалить адреса с ошибками из базы. Такими же инструментами оснащены и другие современные Web-порталы. Важным эпизодом в технологии интернет-маркетинга является исключение адресов с ошибками доставки. Психологически это случай типичных ошибок внимания. Но текстуально — это проблема точности воспроизведения знаков и их идентичности. Это совершенно иной случай, когда у вас есть база, по которой давно проводятся рассылки, но её актуальность также давно не анализировалась. Часть адресов в ней имеют «фатальные ошибки» доставки (к примеру, ящик уже не существует, адрес удален) и отправлять на такие адреса письма бессмысленно.

Естественно, после чистки базы остается меньшая ее часть, но нужно помнить аксиому: *важен не размер базы, а ее актуальность*. Для эффективности усилий по поиску новых подписчиков и работы с активными адресами можно провести опрос, выяснив предпочтения подписчиков и получив дополнительную информацию. Отдельно можно проанализировать активность пользователей (от простого открытия сайта и повторных посещений — до возможности проанализировать даже переходы по ссылкам и проч.).

Почему «эффект стрекозы»?

Ещё более животрепещущий момент общения с компьютером — это те *психологические настроения*, переживания и состояния, которые это общение может вызвать или, точнее, спровоцировать. Напомним, что в возникновении какого-либо психического

состояния особую роль играет личностный фактор, т. к. индивидуально-психологические особенности каждого человека неповторимы (природно-биологические свойства, темперамент, особенности мотиваций, чувств, опыт, мироощущение, воспитанность и т. д.). Для журналиста, переживающего ситуацию эмоционально-психологической напряженности чаще, чем представители других профессий (недаром журналистов и режиссеров, работающих в прямом эфире, сравнивают по нагрузкам с летчиками-испытателями), особенно важно понимать, что каждое такое психическое состояние фиксирует моменты постоянства и специфики — в зависимости от протекания разных психических процессов (познавательных или эмоционально-волевых).

Психические состояния, которые переживает за компьютером каждый пользователь (и «чайник», и умудренный опытом «айтишник») — это обязательно *переживания личностью* отображения той или иной ситуации в психике; оно отражается на динамике психической деятельности, которая воплощается, как считают психологи, в единстве поведения и переживания на определенном отрезке времени. Форма реагирования (активности психических процессов и т. д.) показывает *потенциальную степень* ЗАВИСИМОСТИ (что особенно важно для заядлых компьютерщиков), т. к. отображает отношение личности [41] к собственным психическим состояниям в *определённое время и в конкретных условиях*.

«Эффект стрекозы». Для профессиональных пиарщиков и политтехнологов с начала десятилетия известен прием, который получил название «эффект стрекозы». Мы живем в мире Web-технологий чуть более двух десятков лет, однако уже успели увидеть, как «переписываются правила», действовавшие в доинтернетовском мире. Первый президент, выбранный Интернетом, первый галактический гость — болид, о котором предупредил Интернет, первый чемпион по электронным шашкам и т. д. изменили способ мышления и поведения — на годы вперед [1]. Вряд ли Дженнифер Аакер и Энди Смит предполагали, что прием, который они описали в своей одноименной книге, станет настолько популярным, что даже будет использован во время предвыборной кампании Барака Обамы.

Действительно, для пиарщиков, журналистов и политтехнологов особенно ценными являются ясные и простые знания, которые можно применить в любой кампании: в формировании имиджа лидера, в маркетинговых целях и пр. Перечисленные ниже правила — это первый шаг к тому, чтобы достигнуть конечной цели и способствовать распространению информации, продвигающей эту основную цель:

- используйте имеющиеся ресурсы;
- идите за своей аудиторией;
- используйте уже существующие сообщества;
- обратитесь к аудитории, которая вас интересуется;
- поддерживайте диалог [1, с. 75–76].

Всё это кажется давно знакомым, но не следует удивляться: с виду практически все приемы

PR-коммуникаций кажутся давно знакомыми, но всё дело в том, ГДЕ и КАК их использовать. Умение определить и сформулировать ключевой слоган любой кампании — это отдельное профессиональное качество и его необходимо в себе «вращивать». Победа любого известного политика на выборах становится лучшим доказательством того, как небольшая идея может попасть в «волновой эффект» и, таким образом, обеспечить масштабные, весьма надежные изменения в массовом сознании.

«Стрекозиная» модель состоит из трех компонентов, первый из которых называется «фокусирование», второй — «правило трех В» и третий — «стремительное распространение» (последнее напоминает нам о стремительном полете, который достигается за счет согласованности четырех крыльев стрекозы: работая вместе, они способны, действительно, продемонстрировать впечатляющую эффективность):

- **выбор (или фокусирование)**. Выберите одну конкретную цель, обязательно запланируйте достижение определенного результата;

- **внимание**. Заставьте кого-либо обратить на вас внимание. Прорвитесь сквозь «белый шум» социальных сетей, предлагая нечто личное, неожиданное, наглядное и задевающее за живое;

- **вовлечение**. Создайте личную связь между собой и собеседниками, добейтесь сильной эмоциональной реакции за счет сопереживания, искренности и увлекательного сюжета. Вовлечение — это способность заставить аудиторию заинтересоваться вашей целью настолько, чтобы захотеть сделать что-то для её достижения.

Когда Рэнди Цукерберг был руководителем отдела креативного маркетинга, вирусных акций и прочих политических и социальных проектов Facebook, он акцентировал, что, *во-первых*, «стремительное распространение» — это скорость распространения информации в Facebook, которая определяется количеством ссылок; а *во-вторых*, ссылки на новости друзей и любимые страницы появляются в лентах новостей пользователей, что позволяет другим участникам Сети, в свою очередь, делиться этой информацией: «Ленни Кравиц платит фотографам, чтобы те снимали фанатов на его концертах, затем выкладывает эти снимки на сайт, разрешая поклонникам свободно ссылаться на них, тем самым привлекая внимание посетителей на свою страницу» [1, с. 78]. *В-третьих*, Р. Цукерберг подчеркивал значение «видео», размещая на Facebook видеоматериалы, а не просто ссылки на ролики, выложенные на YouTube. Это заставляет многих пользователей сети оставаться на вашей странице, вместо того, чтобы уходить на другие сайты и не возвращаться обратно. Прямая трансляция любого крупного спортивного состязания на Facebook, YouTube online — позволяет болельщикам одновременно смотреть церемонию и обсуждать её online. Именно эти три особенности и являются теми «тремя хитростями» Facebook, которые помогают сегодня быть впереди других акций и кампаний. См. рис. 1.

Следующие два элемента являются важнейшими с точки зрения «выхода на публику»:

- **действие:** вдохновите людей на действия и помогите им. Чтобы было легче добиться результата, надо разработать инструкции, схемы и программы действий, распространить их как можно шире и своевременно вносить необходимые изменения. «Все они должны быть нацелены на то, чтобы превратить потребителей в членов команды, готовых своими силами продвигать вашу идею» [1, с. 40];

- **понимание аудитории:** предлагая инструментарий для оценки аудитории, включая измерение числа «хитов» по регионам, Facebook предоставляет организациям и фирмам возможность понять, кто такие их клиенты, что их волнует и как наладить с ними контакт. В результате выбор целевой аудитории и её сегментация могут быть осуществлены на совершенно новом, ранее недостижимом уровне.

Жизнь в окружении компьютерных технологий показала нам, что это — «не оружие в арсенале», а сила, вызывающая перемены. Интернет позволяет вовлекать людей в процессы коммуникации в невиданных прежде масштабах. Появившиеся возможности изучения активности аудиторий посредством интернет-технологий дают журналистам более точные знания о целевых группах традиционных аудиторий и новых формах контактов и запросов более субъектно-индивидуального характера, которые журналистам также уже необходимо учитывать. И здесь преследуются далеко не всегда маркетинговые или политические цели. Пользование медиаисследованиями является сегодня таким же профессиональным качеством журналиста, как умение писать, создавать информационные события, оценивать «ивенты» и информационные поводы.

Медиаисследования по всему миру

Медиаисследования опираются по традиции на социальные и гуманитарные науки. Однако, наблюдается и параллелизм в интересах смежных дисциплин, таких как: СМИ и социальные коммуникации (в т.ч. средства связи); психологические науки и исследования личности, социальная и коммуникативная философия, лингвистика и психолингвистика, и т.д. Исследователи разработали и применяют теории и методы дисциплин, казалось бы, напрямую не связанных с проблематикой массмедиа (включая культурные исследования, риторику, философию, теорию литературы, психологию, политологию и политическую экономию, экологию, социологию и социальную антропологию, социальную теорию, истории искусства и критики, кинематографическую теорию и критику, теорию информации и т.д.

Медиаисследования в Австралии, Великобритании, Германии, Индии, Нидерландах, Новой Зеландии, США представляют собой обширный мировой опыт.

В дополнение к междисциплинарному характеру взаимодействий в академической сфере, навыки использования и распространения методов наиболее популярных медиаисследований включают: журналистику, средства массовой информации и их работу, исследование творческих отраслей, социокультурные

(в т.ч. кросскультурные) социологические исследования, контент-анализ продукции СМИ, проч.

Австралия. Медиа изучаются в широком плане как предмет в большинстве штатов Австралии, что позволило университету Виктории быть мировым лидером в области разработки учебных программ. *Media Studies* впервые была разработана в качестве программы (и СМИ стали исследуемым объектом) в начале 60-х годов в викторианском университете. Кинематограф начали изучать в средних школах в середине 60-х и в начале 70-х. *Media Studies* учили уже повсеместно в средней школе. Наиболее примечательными и отличившимися в разработке учебных программ на уровне средней школы были Питер Гринуэй, Питер Доддс и Тревор Барр, те, кто разработал одними из первых «Размышления над медиатекстом — книгой реальности». Также следует отметить Джона Мюррея с «The Vox in Угол», «В фокусе» и «10 уроков в кино признания» (1966). Темы *Media Studies* стали составной частью при получении диплома высшей школы с начала 80-х годов и в настоящее время остаются важным компонентом викторианского свидетельства об образовании. Конечно, VCE охватывает группы: 1 — представление, технологии представительства и новых медиа; группа 2 — *Media Production*, австралийские медиаорганизации; группа 3 — повествовательные тексты, планирование производства; группа 4 — производство работ, социальные ценности и медиавоздействие. *Media Studies* также формируют большую часть первичных программ и для младших классов, и для средней школы, причем в учебные программы включаются такие области, как: фотография, печатные СМИ, телевидение. Университет Виктории поддерживает контакты с руководящими органами СМИ (которые называют АТОМ (38)), также публикует медиаисследования, в т.ч. в области медиаобразования, и журналы. Другими регионами государства, где изучают медиа, являются Южная Австралия, Западная Австралия и Квинсленд. Северная Территория также изучает медиа в средних школах. Объектом изучения СМИ стали также и в Новом Южном Уэльсе.

Германия. В Германии, как известно, существуют два основных подхода, которые можно идентифицировать как медиатеории или *Media Studies*. Первые сохраняют наибольший поток и интерес среди студентов, которые обучаются на основе теоретической подготовки в области гуманитарных и культурологических наук. В качестве специальной стипендии здесь присутствует *Theater (Theaterwissenschaft)*, куда включается обучение немецкому языку и литературе; исследования в этой области расширяются с 1960 года. Программы медиаобучения в Германии сегодня главным образом разработаны и созданы именно для этого направления.

В качестве одной из первых публикаций, открывших это новое направление, можно назвать работы Гельмута Кройцера (Kreuzer, 1976). Им еще в 1976 году было опубликовано литературоведческое исследование, объединившее подходы направления «литературоведение» и медиаисследований (*Literaturwissenschaft* —

Medienwissenschaft), которое представило изучение контента прессового издания *Düsseldorfer Germanistentag* за 1976 г. Вторым главенствующим направлением научных разработок, посвященных массмедиа, можно назвать сочетание социологических и коммуникативных исследований. Впервые это воплотила Элизабет Ноэль-Нейман в своей диссертации, защищенной в 1940 году в Берлине. С тех пор это вылилось в целое направление исследований средств массовой коммуникации, а именно, в рамках социологии общественного мнения и социологии политики, процессов формирования СМИ общественного мнения как социального института и влияния СМИ на общество и отдельных лиц.

Термин *Wissenschaft* однако, не может быть прямо переведен как «исследование мнений», несмотря на то, что большинство как социальных, так и гуманитарных наук в равной степени пользуются им. Таким образом, исследования немецких СМИ сочетают в себе теорию философии, психоанализ, истории наук, связанных с исследованиями в области средств массовой информации, а также прикладных и конкретных исследований (например, исследование аудиторий массмедиа). *Medienwissenschaften* в настоящее время является одним из самых популярных университетских курсов в Германии, причем многие «заявители» ошибочно полагают (как язвительно отмечает Норберт Болц [2]), что обучение автоматически приведет их к карьере в телевидении или других популярных медиа.

Это широко распространенное заблуждение привело, к сожалению, к распространению некоторого разочарования и попыток студентов обвинять университеты в том, что они предлагают *слишком высокий уровень* теоретического содержания курса. Университеты же считают, что практическая журналистская подготовка (и тем более трудоустройство) — это не цель научных исследований и методов, которые они предлагают осваивать.

Индия. Медиаиндустрия в Индии активно развивается. Вместе с индустрией развлечений местные СМИ «приобрели форму» шестой крупнейшей отрасли страны, при этом более 3,5 миллиона человек работают в ней. В течение ближайших 4–5 лет в этих отраслях, как и в промышленности, ожидается валовой прирост 80 000 USD (800 000 000 000 рупий) в год. С целью максимально эффективного использования средств связи и коммуникации для информации, рекламы и развития, правительство Индии ещё в 1962–1963 годах прибегло к советам Фонда ЮНЕСКО, где работала группа всемирно известных специалистов средств массовой информации, которые и рекомендовали создание Национального Института подготовки кадров, обучения и исследований в области массовой коммуникации.

Нидерланды. В Нидерландах нет фактического разделения на «журналистику» и «медиакоммуникативистику»; так же, как и другие исследования СМИ, они делятся на несколько академических курсов, таких как: междисциплинарные связи науки, взаимодействие связи и информатики, средств

связи и средств массовой информации; изучаются собственно средства массовой информации в их взаимодействиях с культурой или театром, кино и телевидением, прочими гуманитарными науками. В то время как в коммуникативистике как науке основное внимание уделяется тому, как люди общаются, будь то опосредованная или непосредственная коммуникация. Исследователи медиакоммуникативистики как науки о СМИ, очевидно, стремятся «сократить», свести общение к определенной сфере использования коммуникационных технологий. Тем не менее было бы ошибкой считать, что медиаисследования, как специальная отрасль науки, так же, как и журналистские подходы к изучению средств массовой информации, составляют лишь небольшую часть общего курса. Действительно, в обоих направлениях исследований, как правило, взаимодействуют и взаимопроникают разные методологии исследований. Эти отрасли медиадисциплин, т.е. медиакоммуникативистики (или их производные) можно изучать в Erasmus University Rotterdam, Radboud университет, Университете Тилбурга, Университете Амстердама, а также Университете Гронингена, Университете Твенте, в Академии Рузвельта, Университете Утрехта, VU университета Амстердама, в Университете Вагенингена и в других научно-исследовательских центрах. Взаимовлияние СМИ и литературы (или нечто подобное) изучается в упомянутом Университете Амстердама, Erasmus University Rotterdam и Университете Утрехта.

Новая Зеландия. Media Studies в Новой Зеландии можно рассматривать как вполне успешные, особенно хорошо эта тема разработана в теоретическом секторе (например, исследования экранных, т.е. традиционных медиа), в Университете Вайката; Media Studies, Университете Виктории в Веллингтоне, др. Исследования кино, телевидения и другие направления медиаисследований в Университете Окленда; также присутствуют Media Studies в Университете Massey, ведутся коммуникативные исследования и в Университете Отаго.

Великобритания. В Великобритании медиаисследования, впервые начали разрабатываться ещё в 1960-е годы, вырастая из научного наследия исследователей английской литературной критики в целом. Ключевой датой, согласно Э. Криссела (Andrew Crisell [42]), является 1959 год, когда Иосиф Тренаман оставил ВВС и создал группы дополнительного образования, чтобы стать первым обладателем премии «Гранда» за проведение исследований телевидения. Все это нашло свое отражение в книгах Э. Криссела *A Study of Modern Television: Thinking Inside the Box* (2006) и *An Introductory History of British Broadcasting* (1997). Аспирантура по телевидению вскоре открылась в университете Лидса. Вскоре после этого в 1966 году Центр исследований массовых коммуникаций был создан в Университете Лестера, а также образовательные программы о средствах массовой информации начали внедряться, чтобы дать ростки в политехнических и других университетах в 1970–1980-х гг. В настоящее время Media Studies изучают по всей Великобритании.

США. Изучение массовых коммуникаций, междисциплинарных исследований или просто коммуникации здесь может быть более популярным, чем наименование «медиаисследования» для отделений академических институций в США. Тем не менее в центр внимания таких программ иногда включают исследования медиафильмографии, издание книг, видеоигры и т. д. под общим названием «медиаисследования», хотя они могут быть использованы только для обозначения кино- либо телевизионных исследований и риторической либо критической теории. Или же они могут появиться в комбинации: «медиаисследования и коммуникации», чтобы объединить эти два поля или подчеркнуть иную направленность научных разработок. Примером тому могут служить: Новая школа в Нью-Йорке (первые программы Media Studies программы в стране созданы в 1975), «Пэли центр» для СМИ в Нью-Йорке, сравнительный курс Media Studies в MIT, кино- и медиаисследования в Чикагском университете; Средства массовой информации и культурные исследования в Университете Калифорнии; Риверсайд, риторика и медиаисследования в Уилламетт университете, Media Studies в государственном университете Кентукки и Департамент современной культуры и средств массовой информации при Университете Брауна. Университет Южной Калифорнии «владеет» тремя центрами исследований средств массовой информации: Центр визуальной антропологии (основан в 1984), Институт по медиаграмотности в Школе кинематографических искусств (основан в 1998) и *Annenberg* Школа коммуникаций и журналистики (основана в 1971).

Калифорнийский университет в Беркли уже давно создан и широко известен своей междисциплинарной программой (ранее известной под названием «история массовых коммуникаций», которая недавно изменила свое название на «медиаисследования»), отбрасывая любые коннотации, которые сопровождают термин «масса» (*mass-*) в бывшем титуле. До недавнего времени в Рэдфордском университете в Вирджинии использовали название «медиаисследования» в департаменте (факультете), где обучали практико-ориентированным дисциплинам с наибольшей концентрацией в области журналистики, рекламы, производства и трансляции веб-дизайна. В 2008 году эти программы были объединены с предыдущими (риторикой и связями с общественностью), чтобы создать школу PR-коммуникаций. («Исследования основных средств массовой информации» в Рэдфорде по-прежнему продолжают, если кто-то хочет сосредоточиться на журналистике, телевидении, рекламе или веб-производстве). Также Денверский университет имеет известные исследовательские программы для цифровых медиа. Эта междисциплинарная программа объединяет технологии связи, компьютерные науки и искусство. В 2002–2004 гг. Бернард Ласкин из Филдинг Graduate University создали PhD программы Media Studies и аспирантуру по медиапсихологии с акцентом на Media Studies. Эти программы *Advanced Media* исследований основаны на признании важности человеческого поведения.

Интересно, что по докторским программам, именно медиапсихология занимает первое место в любом из перечисленных университетов.

С определенной необходимостью медиаисследования предполагают изучение медиа-эффектов. Специальные исследовательские программы, посвященные работе средств массовой информации или медиаисследования, направленные на изучение эффектов массовой коммуникации, появились ещё во второй половине XX века. В частности, в Fielding Graduate University, UCLA, в университете Турина и по всему миру — как было показано выше.

Отдельные направления существуют в рамках медиаисследований и сегодня, например исследования телевидения; исследования кино часто считаются отдельной дисциплиной, хотя телевидение и видеоигры как объект исследований выросли из кинематографа, но их опережает сегодня Интернет, предлагающий такие объемы этой «проблемной» видеопродукции, что любая зависимость от сериалов просто меркнет.

В XXI веке эволюция системы научной коммуникации, движение к открытости, наполнение открытых банков данных, трансляция культурного и научного образовательного контента в сети Интернет — все это имеет критическую важность для всего мирового сообщества.

Журналистика и медиапсихология

Большинство учебных заведений включают сегодня в программные курсы журналистики изучение медиаконтента; некоторые учебные заведения за рубежом часто создают для этого отдельные департаменты. Постепенно к этим курсам добавляется и медиапсихология. Медиаисследования чаще всего построены так, что студенты выступают в качестве наблюдателей работы средств массовой информации, а не создателей или практиков. Эти различия меняются соответственно национальным условиям и границам.

Интернет, видеоигры, мобильные устройства, интерактивное телевидение и другие виды средств массовой информации, которые были разработаны и внедрялись начиная с середины 1990-х годов прошлого века — все эти новые технологии позволяют установить связь со всем миром во всем мире (чаты и мгновенный обмен сообщениями, видеоконференции, онлайн-игры, онлайн-видео, проч.), межличностная коммуникация также становится важным элементом в новых исследованиях средств массовой коммуникации.

Утверждается, что медиаисследования (в рамках своей традиции) не в полной мере признали изменения в сфере массовой коммуникации. Интернет и цифровое интерактивное общение через СМК привели, судя по всему, к ситуации, когда традиционные границы между «производителями» и «аудиторией» стираются. В качестве подтверждения или дополнения можно привести социологические доводы Н. Л. Соколовой в пользу *Media Studies Web 2.0*, «которые в полной мере отражают пути СМК, в которых из-

менилась сама траектория движения, т. е. восприятия (или пользования), и что самое главное, все это реализуется на той же самой аудитории!» [29, с. 3].

С самого начала медиаисследования были тесно связаны с политикой и войнами; такие, как научные исследования Г.-Д. Лассуэлла (1948) [53], и более ранние — о роли «языка пропаганды» в пропагандистских кампаниях во время войны. Политическая коммуникация предполагала в основном исследования связей между политиками, избирателями и СМИ. Они были посвящены изучению медиаэффектов. Существуют четыре (следуя типологии Дениса МакКвейла) основных типа теорий SMK: модель «подкожной иглы» (1930-х годов бихейвиоризм), двухуровневая модель (Katz и Lazarsfeld, 1955), модель ограниченного воздействия (Ланг и Ланг, 1953) и «спираль молчания» (Ноэль-Нейман, 1984) [56]. Кроме того, многие ученые изучали методы политической (пропагандистской) коммуникации, а также методы таких наук, как риторика, семиотика (с её теорией символизма) и т. д. Большая часть этих исследований была разработана и опубликована в научных журналах массовой коммуникации и общественного мнения.

Сегодня психотерапевты, специалисты в области медиапсихологии [4; 42; 54] и психолингвистики, психологии искусства и психологии творчества объединяются, чтобы найти методы и подходы к изучению сопредельных «пограничных» областей, где в полной мере можно реализовать междисциплинарный подход.

Рассматривая с этой точки зрения возможности ориентаций личности во времени (см. Гл. 1) и параллельно — в медиакоммуникативном пространстве (иначе — информационном пространстве), современные исследователи, не останавливаясь перед тайнами и глубинами «гиперреальности», продолжают искать ответы на актуальные вопросы о значении и сохранении СМЫСЛОВ коммуникации.

Жан Бодрийяр предупреждал, что процесс «инсценировки коммуникации» неизбежно ведет к «деструктуризации социального»; он акцентировал, что «вслед за этой излишней инсценировкой коммуникации, СМИ, информация усиленно добиваются непреодолимой деструктуризации социального, ибо информация растворяет смысл и растворяет социальное». Эта мысль Жана Бодрийяра, высказанная в одной из его наиболее знаменитых книг «Симулякры и симуляция» уже более 30 лет назад (в 1981 году), добавляет нам возможностей не только определить, что представляет собой и существует ли вообще мир гиперреальности, но, прежде всего, отталкиваясь от принципов ещё весьма молодой психологической области — медиапсихологии [4], научиться ориентироваться в многообразии научных моделей и парадигм, с помощью которых пытались излагать свои представления о мире гиперреальности психолингвисты, социологи и социальные философы конца XX в.

Сегодня медиапсихология постепенно выходит из методологических «тупиков», ведь сложность и «многоярусность» вопросов, которые ставят перед

собой представители этой психологической области, требует полиаспектных подходов и особого типа научной эрудиции. Прежде всего, это и знание исходных положений комплексного подхода, и законов установления взаимодействия между различными семиотическими полями: визуальным и аудиальным; к этому следует добавить понимание специфики использования слова в этих сложных аудиовизуальных системах, которые мы продолжаем по традиции называть системой массовой коммуникации, хотя уже более двадцати лет назад А. А. Леонтьев предсказал развитие научных исследований в этом направлении, называя эту сферу «социально ориентированным общением».

Очевидно, что в смысловом плане — тексты массовой коммуникации как формы социально ориентированного общения являются производными от других, прежде всего, прозаических типов организации текста. В плане воспроизведения и восприятия, для текстов массовой коммуникации характерна опосредованность предъявления (через коммуникаторов или иным образом) и определённости аудитории, к которой они обращены, т. е. адресность, или же (как это было сформулировано А. А. Леонтьевым) — социальная ориентированность.

Ряд авторов описывает автобиографический, нарративный аспект интеллектуального дискурса в Европе [2] на стыке модерна и постмодерна, где макрокоммуникативная реальность формируется не в изолированном пространстве, а входит в социальный мир с присущими ему сложными отношениями между субъектами и источниками важной и содержательной информации, что раньше казалось лишь вероятным предположением. Интерес к межличностному компоненту в массовой коммуникации был созвучен интересу в социологии и социальной психологии к социальному взаимодействию, к интеракционистским подходам и ролевой теории [30]. Нелинейная двухступенчатая структуризация массового информационного потока стимулировала, как известно, дальнейшее теоретическое моделирование макрокоммуникативных процессов и подтолкнула к эмпирической верификации этих моделей (активизации социологических исследований аудитории, рейтингов отдельных каналов и передач и пр.) Однако, как и упомянутая в первой главе «парадигма эффектов», идеи которой тяготели к представлениям о прямом воздействии на аудиторию, она была существенно ограничена, лишь частично поясняя влияние СМИ на структуру информационного пространства и его содержание. Впоследствии и «парадигма эффектов», и «двухступенчатая модель» современными критиками была подвергнута уточнению и пересмотру. Очевидно, «ложные модели (фантомы) не только загрязняют информационное поле, они настолько перегружают способности психики к переработке информации, что могут вызвать серьезные сбои в работе сознания вплоть до полного разрыва контакта с реальностью и саморазрушения», — предупреждают медиапсихологи [42, с. 134].

В рамках известного научного подхода «культивации мнений», который разрабатывал американский ученый Дж. Гербнер, где предметом исследований являлся вопрос, каким образом телевидение формирует установки и мнения окружающего социума, утверждалось, что влияние телевидения заключается не столько в трансляции специфических установок и мнений, сколько в их культивировании. Таким образом, просмотр телепрограмм дает зрителям знания, которые они потом считают (чаще всего — ошибочно) верными, а иногда и универсальными для реальных повседневных ситуаций. Эта тенденция была выявлена Гербнером и др. еще в 1970 году [47], опубликована в статье «Пугающий мир постоянного телезрителя» в журнале «Психология сегодня» и развита в статье *The political correlates of TV viewing* в 1984 году. Именно тогда было установлено, что картина мира для тех, кто оказался наиболее «прикованным» к телеэкранам, была представлена на 70 процентов иллюзорной, к тому же телезрители выражали определенные страхи и опасения, негативно оценивали жизненную ситуацию, мир в целом — как враждебный, и не доверяли политикам. Этим подтверждалась гипотеза исследователей о создании образа «ужасного мира» (*scary world*) на телеэкране. Те, кто особенно интенсивно переживает влияние эффекта культивации, являются так называемой «резонансной» группой, они много смотрят телевизор и считают мир более опасным, чем он есть на самом деле. Как видим, эта тенденция подтвердилась и в нашей среде уже через 20–25 лет, когда «новые русские», «новые украинцы» и т. д. начали ограждать себя огромными заборами, злыми собаками, сложными замками со многими уровнями защиты и прочими аксессуарами «элитной жизни». Следовательно, они также, подвергаясь тенденции, выявленной Дж. Гербнером, ошибочно оценивают действительность и чаще демонстрируют формы поведения, навязываемые им из телеэфира.

Логичным можно считать предположение, что стереотипы поведения «телевизионно зависимых», особенно так называемых элитных групп (по уровню материального обеспечения или по статусу) будут такими же иллюзорными, как и решения таких представителей элит, которые принимаются ими на доступных для них уровнях, что также будет ошибочными. Не в этом ли поле лежит ответ на то, почему мы так медленно продвигаемся в направлении реального реформирования общества и имеем так мало положительных сдвигов.

Наркотизирующие дисфункции

Почти полвека прошло с того момента, когда шокирующая (для того времени) формула Маршалла Маклюэна *the Medium is the Massage* — «средство является сообщением» — удивила мир, назвавший тогда её автора «утопистом». Однако именно он предвосхитил самую большую опасность, которую несет нам информационное общество, и, возможно, тем самым предупредил о ней.

Наша уязвимость относительно воздействий извне, особенно со стороны агрессивной рекламы, функциональной манипуляции (об этом подробнее — ниже), эксплуатация сознательных, а чаще — неосознанных реакций, всё это превращает «всю жизнь — в сцену» (по У. Шекспиру), а вот жизнь марионетки на чужой сцене уже похожа «на состояние одержимости духом, разница состоит в том, что этот дух не существует, а существуют только симптомы одержимости» [21, с. 104] — это по В. Пелевину. Глобальные бренды, блокбастеры, сетевые игры, форумы, флеш-мобы, всемирные игрушки-фетиши (Барби, Бэтмены, трансформеры...) — «завлекли» в свои сети и плотно удерживают там миллионы, приучая их к так называемой «роевой» жизни во всеобщей глобальной комьюнити. Что предстает собой эта — «роевая жизнь» — феномен глобальной психики или качественный скачок к новым формам мышления — относительно последнего это явление вряд ли можно к нему отнести. Однако необходимо признать, что именно новые информационные технологии, проникшие в повседневность: в дом, быт и, наконец, в наши головы, привели-таки к новым формам «Нетмышления», к так называемой «публичной субъективности» — если это надо всем, то это надо и мне — и нелинейной логике.

Проблема множественности и нелинейности давно изучается социологами массмедиа (хотя большинство исследователей философского «фланга» считают ее наследием постмодернизма). Остается ли логика основой здравого смысла в этой ситуации — это отдельный вопрос. Нужно констатировать, мир действительно превращается в «глобальную деревню» (выражение М. Маклюэна). Но в отличие от 60-х годов XX века, когда была написана знаменитая книга «Галактика Гутенберга» [14], в конце XX — начале XXI века появились, кроме феноменов, предвиденных М. Маклюэном, как-то: глобализация экономики, глобализация СМК и информационных процессов, глобализация политических и социальных движений, такие «непредвиденные» осложнения, как фактическое игнорирование Человека и его сущности.

На чем же построены и базируются «наркотизирующие» приемы и способы воздействия? Кроме уже упомянутых здесь сознательных (плюс бессознательных) реакций психики, они основываются на таких психологических недостатках или скорее, присущих человеку «излишествах», как: любовь к себе, т. е. эгоизм, его родной брат — нарциссизм, индивидуализм — в его отрицательных проявлениях, плюс то, что в предыдущих цивилизациях считалось пороками, а теперь чуть ли не заслугами: жадность, барышничество, зависть плюс желание «урвать у другого», хвастовство и его обратная сторона — обман, мошенничество в его чистом виде — ради наживы и просто, чтобы обмануть и тем самым «восторжествовать» над другим. Последнее активно используется равно и в ЗАЗЕРКАЛЬНОМ отображении практически всеми торговыми сетями, и закладывается в маркетинговые принципы работы с потребителем.

Использование зомбирующих технологий в повседневности стало настолько распространенным, что мы уже не реагируем на него, а следовало бы. Первое место среди таких технологий (и по количеству «использований» этого инструмента, и по объемам прибыли, которую он приносит) занимают психологические хитрости — «зомбирование покупателей», так называемая «установка на приобретение» не только нужных, но и лишних (в отличие от необходимых) вещей и покупок.

Среди психологических приемов, с помощью которых «вирусная» реклама пропагандирует фактически ВСЕ ЧТО УГОДНО — эксплуатация чувства недовольства тем, что у потребителя есть, и тем самым всемерное побуждение его ко всё новым и новым покупкам. Так же организовано и вербальное сопровождение вирусного маркетинга — с помощью слоганов, «раскручивания» брендов, различных «завлекалок» типа: «прийди на распродажу!», «купи выгодно!», «последнее предложение...» и т.д. Причем маркетологи продолжают без устали искать новые мотивы, инсайты, привязки и ассоциации, используемые как хитрости, подталкивающие людей к приобретению того или иного (чаще всего вовсе не нужного им) товара.

Одним из таких устойчивых приемов маркетинга можно считать широко применяющийся прием: «большая тележка = большие траты». Действительно, психологически пустое пространство тележки вызывает внутренний дискомфорт и вполне объяснимое желание поскорее пространство заполнить. Когда же происходит это «чудо» и в тележке оказывается все, что нужно (и не очень), мы хватаемся за кошелек и думаем, а хватит ли у нас денег, чтобы все это оплатить. Огромные зеркала в магазинах одежды также предполагают весьма тонкий расчет: проходя мимо зеркала, никто не может устоять перед искушением бросить взгляд на собственное отражение. Нет такого человека, который на 100% был бы доволен своим внешним видом. Именно здесь (продуманные и расставленные по замыслу маркетолога) покупателей подстерегают различные преграды — в буквальном смысле слова. То тут, то там мы натываемся на большие коробки с ходовым товаром. Продавцы знают, что покупатель более склонен совершать импульсивные покупки, если товар выставлен прямо у него на дороге, а самое нужное, ради чего, собственно, он пришел — в самом конце. По такому же принципу формируется и реклама товаров (в т.ч. в электронных СМИ), хотя здесь её беспорядочность уже никого не удивляет [24].

Призывы словесные также никого уже не удивляют, но если они подкреплены «мотивационным рядом», который обладает теми же функциями, например «финальные распродажи», «полные ликвидации» и «скидки в связи с открытием (либо закрытием) магазина» — это не более чем попытки магазинов избавиться от залежавшегося товара (и, надо сказать, они всегда приносят результат). Кроме этого используются «сопутствующие» приемы, такие как: «аготамаркетинг». Это известно всем кулинарам (а не только маркетологам) средство привлечения

покупателя (посетителей кафе или специального магазина по продаже кофе, естественно, будут привлекать запахом изысканных сортов кофе и т.д.).

Примерно та же роль и у фоновой музыки, которую мы слышим в магазинах и супермаркетах (если только это не просто включенная радиотрансляция, но специально подобранная музыка). Активность использования различных «наркотизирующих» приёмов как в рекламе, так и в других массовых «зрелищах» становится сегодня не только индивидуальной, но скорее — общественной проблемой. Прямолинейность воздействия особенно ощутима в периоды политических (например, избирательных) кампаний. Наибольшее опасение вызывает то, что границы между упомянутыми выше явлениями практически стерты, они достаточно размыты и относительно, чтобы осознать их и принять какое-либо решение «не отходя от кассы». Корреляция с ситуациями в медиарекламе весьма близки. Её восприятие также базируется на психологических эффектах и привычных реакциях (на цвет, звук, громкость и т.д.); широко применяется использование мемов и слоганов, не несущих собственно смысловую, а лишь знаково-акцентирующую нагрузку. «Откуда у меня возникло желание ЭТО купить?», «Зачем я выбросил на ЭТО деньги?!» — подобные вопросы мы задаем себе всё чаще и чаще, не замечая или не осознавая, что уже находимся в плену, в подчинении воле какого-то рекламодателя, воплотившего достаточно грамотно свои интересы и получившего то, что он хотел: наши деньги — его прибыль.

Часть «воздействующих эффектов» направлена на эксплуатацию психических процессов, как эмоционально-волевых, так и познавательных. Так, ощущение удовлетворения связано с определенным уровнем аффектации: это может быть ощущение приподнятости, восхищения собой и своими приобретениями, а могут быть опасения: «а если что-то не подойдет?», «ах, в чем-то я промахнулся» и т.д. Но всегда *отсутствует одно*: ощущение даром потерянного времени, ведь шопинг не может быть «даром», тем более, что для большинства женщин такое времяпрепровождение просто релакс, который трудно с чем-нибудь сравнить... Конечно же, лучше было бы провести это время на свежем воздухе, в кругу друзей на природе, но на это нужно выделить ВРЕМЯ, а для шопинга ничего выделять не нужно — ведь это просто «пробежаться по магазинам».

Попасть во власть собственных иллюзий — не только небезопасно, но и накладно для нашего «кошелька». Это качество сродни всем иным психическим состояниям — от восхищения до раздражения (как и чувствам: «от любви до ненависти...»), ведь и здесь определяющим становится отношение личности к чему-либо — например к вещам, которые нравятся, или к своей потребности доказать самому себе свою кредитоспособность («я могу это себе позволить», «я всё это могу себе купить»). Именно в отношении к действительности и к себе, как «деятелю», совершающему поступки, реализуются конкретные проявления психологических качеств и свойств человека.

Профессионально освоив основные признаки психических состояний: целостность, ситуативность либо постоянство во времени, единство поведения и переживания, связь с психическими процессами и индивидуально-психологическими качествами и т. д. [4], рекламологи и маркетологи (а за ними и политехнологи) успешно манипулируют этими психическими свойствами, могут более или менее обоснованно характеризовать и прогнозировать поведение личности в разных ситуациях. Точно так же происходит и с продукцией массмедиа, поэтому, чтобы не увеличивать «скорость убегания» от самих себя [10], нужно освоить столь необходимый современному человеку уровень *медиаграмотности*.

Медиаграмотность

Обучение медиаграмотности в Западной Европе начинают уже в начальной школе. Насколько рано в начальной школе дети обучаются навыкам доступа к информации? Имеет ли смысл научить их представлять и воспринимать образы и при этом создавать свои собственные? Grant Strudley, Университет Рединга и еще ряд учебных заведений на Западе успешно экспериментируют с моделями обучения ранней компьютерной грамотности и медиаграмотности.

С predetermined необходимостью медиаисследования предполагают изучение медиаэффектов (в частности, вопросы эффективности рекламы). Отдельные исследования рекламы на телевидении или в радиоэфире существуют в рамках медиаисследований и сегодня, например, исследования телевидения. Часто изучается реагирование на телевизионную рекламу отдельных групп (например, молодежи) [30, с. 146–151]. Известно, что приемы рекламы на телевидении и включение ее в видеоролики в компьютерном или мобильном варианте, так же как объект исследований выросли из работы с «25-м кадром» в кинематографе, но по яркости и привлекательности использования спецэффектов их опережает сегодня Интернет. Избавиться от рекламы в Интернете с первого взгляда — легко, но вы уже попались «на крючок», посетив какой-либо специфический сайт, и теперь, скорее всего, станете объектом вирусного маркетинга в сетях. Причем здесь предлагаются такие объемы любой продукции, что проанализированная выше «зависимость» покупателя супермаркета, меркнет в сравнении с объемами вирусного «захвата» вашего внимания в Интернете.

Медиапсихологическими исследованиями было установлено [4; 42; 44], что при различных типах зомбирования используются основные признаки психических состояний: целостность, ситуативность либо постоянство во времени, единство поведения и переживания, связь с индивидуально-психологическими качествами и психическими процессами. Знание всех этих особенностей психических состояний (как феномена **психической жизни**) позволяет, во-первых, заполнить брешь между психическими процессами и психическими свойствами, во-вторых, более обоснованно охарактеризовать поведение личности в разных ситуациях. А уж изучение послед-

ствий и методов рекламы — является, безусловно, краеугольным камнем современных медиаисследований.

Итак, современные медиапсихологические исследования включают в себя анализ новых средств массовой коммуникации, использующих Интернет, видеоигры, мобильные устройства, интерактивное телевидение и другие виды «новых медиа». Действительно, новые технологии позволяют глобализировать информацию, затрачивая минимальные усилия, т. е. установить связь со всем миром именно в мировом масштабе, и необходимо изучать воздействие современных медиаресурсов.

Также объективно новым предметом является интенсификация роли субъекта как участника медиакommunikation. В последней четверти прошлого века появляется термин *participatory culture* (как отмечает Н. Л. Соколова), по аналогии с устоявшимся в области политической науки понятием, которое используется для характеристики активного участия граждан в политическом процессе» [29, с. 117]. По мнению Г. Дженкинса, идею *participatory culture* [51] можно распространить и на популярную культуру в целом, что было изложено им в книге *Convergence culture: Where old and new media collide* (2006). Весьма важную роль в изучении массовой коммуникации играет экономическая составляющая. Так называемая «политикоэкономическая» теория получила известность среди исследователей средств массовой информации в 1988 году, в связи с публикацией книги «Производство согласия» (авторы Эдвард С. Херман и Ноам Хомски), где рассматривается медиаиндустрия в США, причем ее стиль работы, также как в 30-е годы, признается «пропагандистской моделью». Как отмечает Марк Дери, со ссылкой на Стюарта Ивэна — специалиста в области потребительской культуры (безусловно, включающей и *participatory culture*): «Наша культура — это культура, в которой символическая экономика, торговля «информацией» и абстрактными ценностями (кредитами, бросовыми облигациями и т. д.) опередила экономику материальных благ» [10, с. 96].

С точки зрения современной социальной психологии, медиапсихологии и психологии культуры, возможно изучать виртуальный мир и как субкультуру, и как маргинальное явление. В прикладном культурном плане кино- и телефильмы с компьютерной графикой и спецэффектами (сжатие пространства и прочие эффекты в уже упомянутом «Аватаре», получившем высшую кинопремию «Оскар») представляют новые качества и возможности влияния на людей. Одна из отправных точек анализа социальных проблем современного глобализованного виртуального мира заключается в акцентировании того, что прогресс техники стал формировать поколение интеллектуалов, которые доминируют в СМИ, в жизни, в борьбе за власть.

Как сохранить индивидуальность?

Сохранение индивидуальности все больше превращается в «дело рук самой индивидуальности». Однако условия, в которых существует эта индивидуаль-

ность, становятся все более жесткими, и если человек оказывает сопротивление окружающему его миру, включая «виртуальную атрибутику Интернет-сетей», то весь этот мир иллюзорных (виртуальных) атрибутов отвечает ему **отторжением от основных ценностей бытия**, как уже артикулировалось в предыдущей главе, поднимая вверх к ранее малодостижимым эффектам, тут же бросает вниз, показывая, что они не имеют ни малейшего отношения к реальности. Если же это остается незаметным, постепенно назревают ещё более серьезные проблемы, чреватые потерей индивидуальности, своего реального «Я», удовлетворенности жизнью, планирования жизненного пути и т. д. Стоит представить — там, где люди обходятся БЕЗ ЯЗЫКА, сразу же проявляются НАСИЛИЕ и ЗАВИСИМОСТЬ. Ведь «одномерный человек», так точно охарактеризованный Гербертом Маркузе, никогда не исчез. Только теперь глобализированное «общество всеобщего потребления» подчиняет его своим потребностям через компьютерные сети. Жизнью людей, незаметно для них, начинают руководить «сверхобобщения, заставляющие человека делать выводы, исходя из единичной, часто неправильно истолкованной предпосылки. ...Каждое из этих искажений порождает паттерн **автоматического** (курсив авторов) негативного мышления: формируются пессимистические установки и прогнозы, которые при появлении стрессоров легко всплывают в мозгу и превращают окружающий мир в безнадежный отстой» [41, с. 78].

Измеряя степень удовлетворенности жизнью, социологи с удивлением наталкиваются на огромную дистанцию между желаемым и действительным, между преимущественно символической субъективной (уже ставшей наполовину виртуальной) реальностью и жесткостью показателей объективной реальности. Так, в ежегодных мониторинговых исследованиях «Украинское общество. Мониторинг социальных изменений» в разделе «Общественная мораль, конфликты и доверие» [35] были представлены суждения, с которыми респондентов просили выразить свое согласие или несогласие. Формулировки вопроса как таковой не было, но представлена была группа суждений с некоей преамбулой. Примеры таких суждений и ответов приведены в таблицах 2.3 и 2.4. См. табл. 2.3 и 2.4.

Как видим из вышеприведенных таблиц, несмотря на призыв избегать ответа «не знаю», в течение периода 2014–2016 годов произошло резкое увеличение количества респондентов, не желающих сообщать свое мнение (практически совпадающее по численности с уменьшением объема ответов «согласен»). Эти данные говорят также о снижении защиты индивидуального мнения и свободы высказываний.

Изменения в общественной сфере и насаждение неприемлемых для большинства мнений нашли свое отражение и в результатах президентских выборов на Украине. Опрос социологического агентства «Рейтинг», проведенный за десять дней до второго тура, показал, что 83% опрошенных считают, что стране сегодня нужны радикальные изменения. Лишь

6% убеждены, что пусть все остается так, как есть, «лишь бы не хуже», а 7% — за возвращение в прошлое. При этом 52% респондентов ожидают улучшения ситуации в стране в результате президентских выборов. После первого тура президентских выборов позитивные ожидания выросли в 1,5 раза; «относительно больше тех, кто верит в оптимистичный сценарий развития после выборов, среди жителей Юга, более младших опрошенных и избирателей В. Зеленского» [57]. Особой неожиданностью текущей электоральной кампании стала активность молодежи, в частности «поколения Z», представители которого не только вышли на выборы, но и составили значительную (если не решающую) часть проголосовавших за представителя «новых сил» Вл. Зеленского.

По наблюдениям психологов, глубоко индивидуализированное и несколько инфантильное «поколение Z», однако, рано или поздно «сотрет нас с лица земли» [40]. Так называемое «поколение Z» не сфокусировано на коллективной работе или работе в группах. Стремясь создавать «свое дело», они с юности мечтают о самостоятельности, не хотят подчиняться и достаточно самолюбивы и активны. Этому способствует и «эпоха Интернета», поднявшая роль субъект-субъектного общения в сетях и роль проявлений индивидуальности в этом общении.

Чем образованнее человек, тем выше сила его интеллекта, и тем менее он будет подвержен влиянию страха перед будущим. Таким образом, мы должны развести понятия статусных позиций, достигнутых самой личностью в процессе ее самосовершенствования и работы над собой, и во внешней — социально-производственной среде, и позиций личности, коих она могла бы достичь как в результате счастливого случая, так и по мановению чьей-то хорошо профинансированной «волшебной палочки». Действия и социальные последствия действий таких «волшебных палочек» предстают перед нами во время каждой предвыборной кампании. Как результат — падает доверие к социальным институтам общества и одновременно деформируются представления человека о реальных и иллюзорных социальных статусах, которые отразились особенно ярко за последние 20 лет на рейтинге профессий. Мы уже отмечали, что единственным и неизменным индикатором бытия в реальном пространстве жизни каждого человека остаются *культура и время*. Над ними не властны ни мода, ни потребность в насыщенной атрибутами среде, ни меняющиеся качественные и количественные показатели образа жизни; «культура — это инструмент, обучающий нас и удовлетворяющий наши потребности. Постепенно она становится ценностью сама по себе <...> Так наша культура (по крайней мере те черты, которые мы «интериоризуем») может стать мотивом нашей жизни», — отмечал один из крупнейших психологов XX века Гордон Олпорт [19, с. 265].

Пожалуй, трудно представить и такого человека, который бы не задумывался о будущем. Поэтому вторым неизменным и весьма важным индикатором уровня удовлетворенности жизнью можно считать степень социального оптимизма, уверенности в за-

взрашнем дне, надежды на будущее своё и своей семьи [35]. См. табл. 2.5.

Прошло десять лет*, и настроения в обществе и жизнь общества не только не стали стабильнее, но и приобрели все признаки «общества риска» [3]. Мы должны понимать, что наличие компьютерной техники, значительного количества средств массовой коммуникации, развитой инфраструктуры связи — это лишь технологические предпосылки [35; 36; 57]. Чтобы возникла более совершенная ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ, не замыленная «мыльными операми», сериальными детективами, нестерпимо «откровенными» ток-шоу и речами косноязычных ведущих — наиболее значительных изменений требует сама общественная организация производства информации, и прежде всего, большие сдвиги должны коснуться психологии масс и каждого человека, форм их мышления и духовной жизни. Если человек перестанет чувствовать себя лишь средством, а начнет считать себя полноправным субъектом информационного пространства, в котором существуют различные субъекты и объекты, связанные каналами коммуникации, такой человек сможет более полно раскрывать свои внутренние возможности творческого, личностного развития. Понятно, что такое отношение к реальности требует сугубо индивидуального формирования и овладения временным пространством, основанным на высоком уровне духовного развития. Итак, противодействие превращению реальности в «мир гиперреальности» требует усилий преимущественно со стороны самого индивида, включенного в систему социально ориентированного общения.

XXI век и... «массовое сознание»

Формально словосочетание «массовое сознание» стало встречаться в научной литературе начиная с середины XIX века. Особенно, оно распространилось к концу прошлого столетия, хотя больше носило описательный, скорее образно-начертательный характер, в основном, лишь подчеркивая масштабы проявившихся социопсихологических явлений. До этого вообще преобладало обобщенное понятие психологии масс.

Уже давно считающиеся классическими труды Г. Тарда, Г. Лебона, Ш. Сигеле и В. МакДугала, появившиеся на рубеже XIX–XX веков и посвященные отдельным конкретным проявлениям психологии масс (прежде всего, психологии толп), носили общесоциологический и скорее научно-публицистический, чем аналитический характер.

Более или менее определенное употребление понятия «массовое сознание» в качестве специального научного термина началось лишь в 20–30-е гг. XX столетия, хотя и тогда это долгое время оставалось на уровне беглых упоминаний и несопоставимых между собой, крайне многообразных трактовок. Затем вообще наступила серьезная пауза в исследованиях. В западной науке это определялось тем,

что массовая психология как таковая стала исчезать: общество структурировалось, а культ «свободного индивида» предопределял доминирование индивидуальной психологии. Массы как бы «рассыпались». А с исчезновением феномена — исчезали и попытки его изучения.

В итоге, западные исследователи не смогли договориться о смысле центрального понятия «массы», лежащего в основе исследования массового сознания. По оценке Д. Белла, в западной науке сложилось, как минимум, пять различных его интерпретаций. Во-первых, в одних случаях под массой понималось «недифференцированное множество», типа совершенно гетерогенной аудитории средств массовой информации в противовес иным, более гомогенным сегментам общества (Г. Блумер). Во-вторых, в некоторых случаях — принималось во внимание суждение «некомпетентных», низкое качество современной цивилизации, являющееся результатом ослабления руководящих позиций просвещенной элиты (Х. Ортега-и-Гассет). В-третьих, понималось «механизированное общество», в котором человек является придатком машины, дегуманизированным элементом «суммы социальных технологий» (Ф. Г. Юнгер) [43], где существует предел развитию технической цивилизации, совершенствованию техники, но присутствует надежда, что посреди всеобщего оскудения и запустения возможен отказ от потребляющего способа бытия в пользу по-настоящему творческого.

В-четвертых, зачастую интерпретировалось «бюрократическое общество», отличающееся широко разветвленной организацией, в которой принятие решений допускается исключительно на высших этапах иерархии (Г. Зиммель, М. Вебер, К. Маннгейм).

В-пятых, под этим термином понималась просто «толпа», общество, характеризующееся отсутствием различий, однообразием, бесцельностью, отчуждением, недостатком интеграции (Э. Ледерер, Х. Арндт).

В советское время сложилось иное, хотя отчасти и аналогичное положение. Структурирование общества по социально-классовому основанию привело к абсолютизации роли классовой психологии. Она подменила собой и массовое, и индивидуальное сознание. Соответственно, и здесь массовая психология как таковая исчезла — по крайней мере, из поля зрения исследователей. Во второй половине 60-х годов XX столетия научное понятие «массовое сознание» пережило своеобразное второе рождение в советском общественном сознании, хотя это был и кратковременный период. Благодаря стараниям Б. А. Грушина [6] и его единомышленников, ко времени проведения знаменитого «тамбовского исследования» этот интерес был возрожден. Однако лишь начиная со второй половины 80-х гг. можно отметить новый прилив исследовательского интереса к массовому сознанию.

До сих пор недостаточное внимание к этому феномену (в т. ч. среди теоретиков журналистики и социологов массовой коммуникации) объясняется как минимум двумя причинами. Во-первых, объективные трудности изучения массового сознания. Они

* Примечание: здесь и далее некоторые материалы и социологические данные обновлены.

связаны с самой его природой и свойствами, плохо поддающимися фиксации и описанию, что делает их трудноуловимыми с точки зрения строгих операциональных определений. Во-вторых, трудности субъективного характера, прежде всего в отечественной науке, до сих пор связаны с доминированием в свое время догматизированных социально-классовых представлений и недостаточной разработанностью терминологического аппарата, что продолжает сказываться. Как отмечал ещё М. Мамардашвили, наиболее распространен анализ сознания и его характеристик «соответственно предметностям», т. е. в соответствии со значимым для субъекта сознания объективациями, «анализируемыми как порожденные саморазвитием и дифференциацией системы социальной деятельности как целого» [16, с. 298].

Возможно ли массовое сознание БЕЗ ЯЗЫКА? Его изучение, соответственно, должно начинаться с пользования языком, его культуры и владения смыслами. Идея «конструирования моделей» в сознании содержится в работах швейцарского психолога Жана Пиаже, использовавшего язык логики и теории множеств для описания психологических когнитивных структур мышления, а также американского психолога Дж. Келли (George Alexander Kelly) [52], определившего свою теорию личных конструктов как своеобразный «конструктивистский альтернативизм», подчеркивая тем самым множественность возможных моделей мира для себя и для других людей. Здесь картина мира выступает не просто «слепок» с действительности, а одной из удобных форм её описания. «Это карта, а не территория», — писали об этом «отцы-основатели» нейролингвистического программирования Р. Бэндлер и Д. Гриндер [48, р. 8]. В итоге, как в зарубежной, так и отечественной научной литературе, посвященной различным сторонам явления массовизации психики и массовой психологии в целом, до сих пор нет крупных работ, в которых специально рассматривалась бы психология массового сознания. Бытующие ныне в науке взгляды можно объединить в два основных направления.

С одной стороны, массовое сознание — это конкретный вариант, ипостась общественного сознания, заметно проявляющаяся лишь в бурные, динамичные периоды развития общества. В такие периоды у общества обычно нет интереса к научным исследованиям. В обычные же, стабильные периоды развития массовое сознание функционирует на малозаметном, обыденном уровне. При этом существенно, что оно может одновременно включать в себя отдельные компоненты разных типов сознания. Например, сознание классических групп социально-профессионального характера, составляющих социальную структуру общества (что обычно имеет приоритетный характер и в первую очередь фиксируется теоретиками), может включать и некоторые иные типы сознания, присущие специфическим множествам индивидов, объединяющим представителей различных групп, но в то же время психологически не имеющим отчетливо группового характера. Обычно это фигу-

рирует как обыденное сознание, не имеющее четкой социальной отнесенности — например, «сознание» очереди за дефицитным товаром или при входе на прогулочный теплоход и т. п. Согласно другому направлению, проявления массового сознания носят в значительной мере случайный, побочный характер и выступают в качестве признаков временного, несущественного стихийного варианта развития. Учитывая состояние современного информационного пространства и системы массовой коммуникации в Восточной Европе, они сами уже не способны в полном объеме к выполнению одной из главных своих задач — к формированию общественного сознания и легитимации государственной политики.

Воздействие средств массовой коммуникации, безусловно, объективно существует, как существуют и определенные рамки влияния средств массовой коммуникации на формирование общественного мнения и личности [33]. Это ограничение возникает благодаря недостаточному освещению или же отсутствию освещения тех или других проблем, недостаточного качества журналистских материалов, «низкоэквивалентности» некоторых каналов телевидения и радио, пресловутых источников [30], несовершенства профессиональной подготовки журналистов и т. д.

Для воздействия на массовое сознание применяются такие приемы, как ссылка на авторитетные источники, на статистические данные, на результаты опросов общественного мнения, используются графики и таблицы, утверждения экспертов, свидетельства очевидцев, фотографии и съемки с места событий, «живые» репортажи и многое другое, что убедило бы публику, что данное сообщение правдиво. Однако менее всего в этом процессе уделяют внимание ЯЗЫКУ, качеству текста и в целом медиадискурса. Представление, что таким образом навязывается дискурс элит, их идеологии, и одновременно блокируется, затрудняется оппозиционное восприятие — является крайне ошибочным. Очевидно, «прочтение», понимание аудиторией того или другого факта или события, освещение событий в формате новостей или другого жанра политической коммуникации является самозначимым фактом.

Ещё три десятилетия назад «уровень эффективности воздействия» являлся главным показателем степени воздействия *массовой коммуникации на аудиторию* (как на уровне индивидуального восприятия, так и на уровне отражения в массовом сознании содержания их деятельности — *совокупного текста* условного коммуникатора). Таким *совокупным текстом* с определенным допущением могут считаться все сообщения, которые составляют содержание информационного процесса в системе СМИ конкретной страны.

Если определить информационное пространство как ареал либо совокупность сообщений, которые **распространяются средствами массовой информации и могут быть адекватно восприняты реципиентами (слушателями, зрителями, читателями), которые проживают на данной территории**, то мы убеждаемся, с одной стороны, в его бесконечности, а с другой, — в безграничности возможностей доступа к сознанию

этой массовой аудитории, к сознанию «совокупного массового реципиента». За последние 10–15 лет, благодаря усилиям социологов массовой коммуникации, проводящих постоянные опросы аудитории СМИ (мониторинги) сложилась типичная картина пользования информационным пространством [32].

Понятно, что все современные реалии пространственных особенностей восприятия информации достаточно далеки от параметров и характеристик, присущих традиционному геометрическому или физическому пространству, к которому привыкло наше сознание. Следовательно, для массового сознания чисто перцептивные психологические факторы не срабатывают. Поэтому становится необходимым определить такие **специальные измерения** информационного пространства, которые могут учитывать: общее количество средств массовой коммуникации, общий объем их продукции, которая распространяется и принимается на данной территории; опосредованную фиксацию тех или иных результатов контакта с продукцией СМИ её реципиентов; их личный информационный выбор, оценки адекватности восприятия контента массовой коммуникации (в широком понимании комплекса их содержания); проводить фиксацию параметров адресности и социальной ориентированности информационных потоков.

Особое значение в понимании феномена массовой коммуникации, или социально ориентированного общения, принадлежит отношению к концепту «массовое общество». Этот термин используется или с оговоркой, или вообще отказываются от него, как от неподходящего для описания и анализа современного «макрокоммуникативного» состояния общества: мира «гиперреальности». И снова мы видим, что в описании этого концепта нет места для роли языка как главного инструмента общения.

Выбор или отношение к этому концепту является в то же время выбором тезиса о силе или слабости институтов массмедиа в конкретном социуме, а также относительно их влияния на ценностные системы общественного сознания, социальную структуру, социальный порядок и человеческую индивидуальность. Этот тезис в упрощенном виде имеет два варианта:

1) «всемогущие» средства массовой коммуникации, реализуя интересы элитных социальных групп, тотально воздействуют на инертную и пассивную аудиторию, прививая ей желаемые взгляды, установки и привычки;

2) современные массмедиа ограничены системой социальных институтов, но не теряют своей автономии, а потому способны осуществить только частичное воздействие на сознание и поведение публики, многообразной в социокультурном срезе и дифференцированной по степени включенности в коммуникативные процессы. Нечто подобное давно уже предсказывали фантасты и аналитики, начиная со знаменитого пелевинского «Принца Госплана», американского «киберпанка» — до *Homo Ludens* Йохана Хейзинги [39] и «Скорости убегания» Марка Дери [10].

Однако всё же слухи об «умирании» массовой культуры несколько преувеличены. Это социокуль-

турное явление присутствует и как феномен присуще обществам, особенно в периоды социально-государственных и экономико-технологических преобразований — оно остается одним из наиболее значительных культурных феноменов, доставшихся нам от века двадцатого.

Никакие социальные сети не компенсируют возможности «потусить» в FB (пообщаться в компактных группах) или же посмотреть футбол в кругу друзей по телевизору (а может быть, и на стадионе). Как доказательство этому появились «флэш-мобы» (или в украино-сленговом варианте: «флэш-массробы», что подразумевает: «запомнил, присоединяйся к массам и делай!») — множественные неологизмы социальных сетей ещё будут, вероятно, изучаться филологами).

К сожалению, после Ю. Хабермаса и М. Маклюэна, которые к тому же ориентировались не столько на компьютерные сети, сколько на стремительное развитие телевидения и телекоммуникаций, практически никто даже не пытался осмыслить то новое, что явилось в мир в 60-е годы XX века — сначала в виде ЭВМ, затем персональных компьютеров — в 90-е, и, наконец, развитие сети Интернет (она же — Всемирная Паутина, она же — World Wide Web, и так далее...) [11]. С другой стороны, аналогичные эффекты, но относительно социума в целом, описывали знаменитые футурологи Элвин и Хейди Тоффлер, и, особенно, Маршалл Маклюэн — первый и едва ли не единственный философ [15], попытавшийся осмыслить феномен «мировой деревни» или «информационного общества».

Обнаруженный в 1970 году теоретиком менеджмента Джейсоном Куниным волновой эффект объясняет тот факт, что вы ни за что не узнаете, как небольшие шаги, совершаемые вами сегодня, отзвучат много лет спустя. А задумываться надо... и чем осмысленнее наша деятельность, тем реже нам придется жалеть о её непредвиденных результатах. Многочисленные попытки объяснить сложность «эффектов медиа» реже всего касались собственно ЯЗЫКА и тех языковых средств, которые функционируют в этой сфере. Наиболее значимый вклад в изучение проблем, возникающих в медиадискурсивных практиках, внесли, естественно, теоретики журналистики и (как ни странно) социологи массовой коммуникации. «Функциональные ориентации журналистов тоже дают достаточно поводов для сравнения цивилизаций. Говоря о философии времени и пространства, мы отмечали, что *западное время линейное, быстротекущее, историческое, четко разделяющее прошлое, настоящее и будущее... А в социальном пространстве главенствует экономическое, технологическое и информационное...* Особенно это проявляется в функциональных ориентациях и прежде всего в ориентации на информационную функцию журнализма. Наши исследования на протяжении 30 лет говорят о все большем весе функции оперативного информирования» [26, с. 117]. В этой мысли, высказанной Л. Г. Свитич в книге «Журналистика в контексте современных научных парадигм», открыто наиболее ответственное и одновременно наиболее «большое»

место журналистики, где ВРЕМЯ и ЯЗЫК соперничают (как «оперативность» и собственно «информация»); когда информированность может использоваться в угоду определенным кругам или лицам, и наоборот, дезинформация становится препятствием для реальных социальных (или личностных) изменений.

Но есть третья вечная категория, которая мирит время и информацию, воплощенную языковыми средствами, — это логика. Именно ЛОГИКА помогает строить высказывание, избегать непонимания, руководит последовательностью монтажа сюжетов (в экранных искусствах) и отсекает ненужное во время дипломатических переговоров. Многое можно достичь с помощью логики, если она становится внутренним инструментом языковой конструкции — ТЕКСТА, который тонко настраивается на того или иного собеседника, даже если этот собеседник виртуальный. Только одно является препятствием к взаимопониманию — отсутствие ЯЗЫКА общения...

Послесловие

Всем управляет ЛОГИКА. А логика не бывает бессмысленна. Если кто с этим не согласен, можно строить свою «антилогику», что мы сегодня наблюдаем «вокруг», «поперёк» и «вдоль». Время в построении сетевых контактов течет прямо по Сальвадору Дали, а «паутина абстракций» плетётся ну прямо как «растекшееся время». Но всё преходящее, «и это пройдет...», возникнут новые теории, разрулят «свернувшиеся» практики.

Многое должно обрести свои имена, СЛОВА постепенно поставят на место тех, кто не умеет (или не хочет уметь) ими пользоваться. Ведь человек БЕЗ ЯЗЫКА быть не может, т.к. он теперь и навсегда «Человек общающийся» — *Homo communicativus*.

Бессмыслица сетей увлекательна, но не бесконечна. Бесконечны только пространства: пространство мысли, времени, коммуникации — общения поколений, без которого наступает коллапс, остановка развития и трансляции цивилизаций. Иначе возьмет верх альтерация — изменение функций строения клеток тканей и органов под влиянием повреждающих воздействий, а это — как биологически важный фактор — уже угроза самой жизни на Земле. Никто не хочет быть здесь последним. Страх много раз спасал наш биологический род, а значит, и сейчас нам нужно очень сильно испугаться за свой ЯЗЫК, за свой РОД, за свою СТРАНУ... Между двумя вокзалами есть только один ПУТЬ, его надо пройти, связав воедино то, что «всегда при нас»: желание общаться и ВЫБОР ЯЗЫКА общения. Пусть этот выбор будет ПРАВИЛЬНЫМ!

Киев, апрель 2013 года

Литература

1. Аакер Дж., Смит Э. Эффект стрекозы: все об улётных промо-кампаниях в социальных сетях / при участии Кэрли Адлер; пер. с англ. М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011.
2. Больц Н. Азбука медиа / Пер. с нем. М.: Издательство «Европа», 2011.
3. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Пер. с нем. 2-е изд. — М.: Логос, 2012.
4. Винтерхофф-Шпурк П. Медиаспсихология. Основные принципы / Пер. с нем. М.: Изд-во Гуманитарный центр, 2007.
5. Гилберт Э. Есть, молиться, любить / Пер. с англ. М.: Рипол Классик, 2011.
6. Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М., 1987.
7. Головаха Е.И., Горбачик А.П. Тенденции социальных изменений на Украине и в Европе: по результатам «Европейского социального исследования» 2005–2007–2009–2011–2013. К.: Институт социологии НАН Украины, 2014, с. 34–35.
8. Гуссерль Э. Логические исследования. Картезианские размышления. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Кризис европейского человечества и философии. Философия как строгая наука. Мн., М., 2000.
9. Гуссерль Э. Идеи чистой феноменологии / Пер. с нем. М.: Лабиринт, 1994.
10. Дери М. Скорость убегающего: Киберкультура на рубеже веков / Пер. с англ. Екатеринбург: Ультра. Культура; М.: АСТ МОСКВА, 2008.
11. Интернет и интерактивные электронные медиа. URL: http://vernsky.ru/pubs/6827/internet_i_interaktivnye_elektronnyye_media
12. Кошлякова М.О. Социальное пространство имиджа: Монография. М.: ИНФРА-М, 2013.
13. Луман Н. Время и системная рациональность / пер. с нем. К.: Центр учебной литературы, 2011.
14. Маклюэн М. Галлактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры; пер. с англ. К.: Ника-Центр, 2004.
15. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека / Пер. с англ. 3-е изд. М.: Кучково поле, 2011.
16. Мамардашвили М. Как я понимаю философию. М., 1990.
17. Мильнер А. Кто захватит власть над информацией. URL: <https://www.executive.ru/management/.../1643812-kto-zahvatit-vlast-nad-informatsie...>
18. Мирошниченко А. Когда умрут газеты. М.: Книжный мир, 2011.
19. Олпорт Г. Становление личности: избранные труды. — М.: Смысл, 2002.
20. Ольшанский Д.В. Актуальные тенденции в исследовании массового сознания. — М., 1989.
21. Пелевин В. Generation "П". — М.: Вагриус, 1999.
22. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М.: Фолио, 2005.
23. Психология личности: словарь-справочник / Под ред. П.П. Горностая и Т.М. Титаренко. К.: Рута, 2001.
24. Рапай К. Культурный код: как мы живем, что покупаем и почему / Пер. с англ. 2-е изд. М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010.
25. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Пер. с англ. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006.
26. Свитич Л.Г. Журналистика в контексте современных научных парадигм. М.: Факультет журналистики МГУ, 2012.
27. Сеннет Р. Падение публичного человека / Пер. с англ. М.: Логос, 2002.
28. Словарь иностранных слов. 8-е изд. М.: Русский язык, 1981.
29. Соколова Н.Л. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта: монография. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2009.
30. Сусская О.А. Информационное поле личности. Формирование информационного выбора аудитории в условиях

современной социокультурной среды: Монография. Киев, 2003.

31. Сусская О. А. Информационный иммунитет. Проблемы психологической защиты в информационном пространстве: монография. Киев, 2008.

32. Сусская О. А. Персонализация информационного обмена. К.: Логос, 2013.

33. Сусская О. А. Современные проблемы изучения информационного пространства // Коммуникативные стратегии информационного общества. Труды V Международной научно-теоретической конференции. СПб., Изд-во Санкт-Петербургского Политехн. ун-та, 2012. С. 93–96.

34. Тённис Ф. Общность и общество/ пер. с нем. К.: Дух и литера, 2005.

35. Украинское общество 1992–2009. Динамика социальных изменений/ Под ред. В. М. Вороны, Н. А. Шульги. К.: Институт социологии НАНУ, 2009.

36. Украинское общество: Мониторинг социальных изменений: Вып. 3 (17) / Под ред. В. М. Вороны, Н. А. Шульги. К.: Институт социологии НАНУ, 2016.

37. Фукуяма Ф. Великий разрыв / пер. с англ. М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008.

38. Хабермас Ю. Структурные преобразования в сфере открытости: исследование категории гражданское общество / пер. с нем. Львов, 2000.

39. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Пер. с нидерланд. М.: АСТ, 2004.

40. Центениалы: поколение, которое сотрёт нас с лица Земли. Теория поколений Нила Хау и Уильяма Штраусса. URL: <https://lifehacker.ru/2016/09/19/centennials/>

41. Ципоркина И. В., Кабанова Е. А. Психологическая зависимость: как не разориться, покупая счастье.— М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006.

42. Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Ин-т человека, МГУ им. М. В. Ломоносова; Изд-во Моск. ун-та, 2011.

43. Юнгер Ф. Г. Совершенство техники. М.: Владимир Даль, 2002.

44. Bandler R. Get The Life You Want: The Secrets to Quick and Lasting Life Change with Neuro-Linguistic Programming. HCl.

2008. 229 p.

45. Crisell A. (2002) An Introductory History of British Broadcasting. 2nd Edition. URL: <https://www.amazon.com/Introductory-History-British-Broadcasting/dp/0415247926>

46. Crisell A. (2006). A Study of Modern Television: Thinking Inside the Box.

47. URL: <https://www.macmillanihe.com/.../a-study-of-modern-televi...>

48. Gerbner G. Cultural indicators: the Case of Violence in Television Drama// The annals of American Academy of Political and Social Science. 1970. March.

49. Grinder John & Richard Bandler. Reframing: NeuroLinguistic programming and the transformation of meaning. Moab, UT: Real People Press, 1982.

50. Habermas J. Theorie kommunikativen Handels. 2 vol. Frankfurt/M: Suhrkamp, 1981.

51. Hermann Charles F. Some Consequences of Crisis which limit the Viability of Organizations, Administrative Science Quarterly 8, 1963.

52. Jenkins Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. URL:

53. <https://www.amazon.com/Convergence-Culture-Where-Media-Collide/dp/0814742955> (дата обращения: 18.02.18)

54. Kelly G. Al. A theory of personality. The psychology of personal constructs. Norton, New York, 1963.

55. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society // The communication ideal / Ed / by L. V. Harper. New York, 1948.

56. Maskie D., Hamilton D. L. (Eds.) Affect, cognition, and stereotyping: Interactive processes in group perception. New York: Academic Press, 1993.

57. Maslow A. H. Motivation and personality. New York: Harper & Row, 1970.

58. McQuail D. Mass Communication Theory, 4th Edition. London: Sage, 2000.

59. RatingGroup, Research Center. Monitoring of electoral settles of ukrainians (5–10 april 2019). URL: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/monitoring_elektoralnyh_nastroeniy_ukraincev_5-10_aprelya... (дата обращения: 12.04.2019)

Таблица 2.1. — Динамика уровня удовлетворенности (ответы на вопросы: «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

*Средний балл: 0 — «совсем не удовлетворен (а)», 10 — «полностью удовлетворен (а)».

Таблица 2.2.

Вопрос: Как Вы оцениваете уровень своего благосостояния?	1990 **	1999	2004	2009 *
Живу в достатке	9,43%	0,3	0,6	0,7
От зарплаты до зрплаты	67,24%	31,0	32,4	31,9
Еле свожу концы с концами	17,85%	68,0	55,9	60,3
Бедствую	-	-	7,6	1,8
Другое	4,10%	0,1	2,1	3,8
Трудно ответить	1,37%	0,8	1,4	1,4

*Данные мониторинга Национального Института социологии Украины.

** Данные всеукраинского опроса 1990 г., проведенного Институтом политологии и социального управления.

Рисунок 1.

По данным Фонда «Общественное мнение»* (декабрь 2017 — февраль 2018) всего пользователей (выходили в Сеть не реже 1 раза в месяц) — 83,8 млн. чел (72%). Ежедневно пользуются Интернетом — 74,7 млн. чел (63,8%).

	Население в целом	Центральный ФО	Северо-Западный ФО	Южный и Северо-Кавказский ФО	Приволжский ФО	Уральский ФО	Сибирский ФО	Дальневосточный ФО
Зима 2016–2017	82,7	22,9	8,8	14,3	16	6,9	10,5	3,3
Весна 2017	82,4	23	8,8	13,9	15,6	7,1	10,4	3,6
Лето 2017	81,8	22,9	8,5	14,1	15,4	6,7	10,6	3,5
Осень 2017	82,1	22,9	8,9	14,1	15,4	6,7	10,6	3,5
Зима 2017–2018	83,8	23,4	8,8	14,4	16,1	6,7	10,9	3,6

*Источник: Количество пользователей Интернета в России.

URL: [http://www.bizhit.ru/index/users_count/o-151\(lfnf](http://www.bizhit.ru/index/users_count/o-151(lfnf) (дата обращения: 23.02.19). Обращение к социологическим данным обновлено.

«Люди высказывают разные мнения о жизни (как своей лично, так и жизни общества). Мы собрали некоторые, наиболее распространенные высказывания людей. Отметьте, пожалуйста, КАЖДОЕ суждение — СОГЛАСНЫ Вы с ним или НЕТ. (Старайтесь избегать ответа «не знаю»)

Таблица 2.3

Многое из того, во что верили наши родители, разрушается на глазах

	1992	2000	2005	2010	2012	2014	2016
Согласен	88,1	89,7	79,3	83,8	84,9	14,6	15,5
Не согласен	7,7	6,0	13,1	8,6	6,8	9,3	8,6
Не знаю	3,8	4,3	7,6	7,6	7,9	75,9	75,7
Не ответили	0,3	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,2

Таблица 2.4
Проблема сейчас в том, что большинство людей вообще ни во что не верят

	1992	2000	2005	2010	2012	2014	2016
Согласен	81,8	87,7	76,3	80,6	80,3	18,5	16,3
Не согласен	11,5	7,3	16,4	11,8	11,1	8,7	7,5
Не знаю	6,3	4,8	7,1	7,6	8,4	72,6	76,1
Не ответили	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1

Источник: Украинское общество: Мониторинг социальных изменений: Вып. 3 (17) / Под ред. В. М. Вороны, Н. А. Шульги. К.: Институт социологии НАНУ, 2016, с. 450.

Таблица 2.5.

Вопрос: « Если подумать о будущей жизни Вашей и Вашей семьи лет через десять, то Вы думаете об этом...?»	% ко всем участникам опроса*
Больше с надеждой	33,6
Больше с опасениями	32,3
В одинаковой степени и с теми, и с теми чувствами	32,9
Другое	1,3

Источник: Украинское общество 1992–2009. Динамика социальных изменений / Под ред. В. М. Вороны, Н. А. Шульги. К.: Институт социологии НАН Украины, 2009, с. 491.



Лев Кройчик

Браво, Сергей Владимирович! Спасибо, профессор Савинков!

I

Давно это было.

1949 год.

Школа № 33 имени Карла Маркса в городе Ярославле.

Восьмой «В» класс.

Учительница словесница Ольга Николаевна Клишова.

Проходим «Мертвые души» Николая Васильевича Гоголя.

Ольга Николаевна спрашивает у класса:

— Кто, по вашему мнению, главный герой произведения?

Предполагаемый ответ: «Смех».

Но у меня другое мнение:

— Ноздрев, — говорю я.

В классе легкое замешательство.

— Почему вы так думаете? — спрашивает учительница.

(В нашей мужской школе, напоминающей барак, к старшеклассникам обращаются на «вы».)

— Ну, как же? — объясняю я. — Ноздрев же фантазер! Выдумщик! Он же был готов назвать поименно всех ямщиков, которые должны были везти в далекую деревушку губернаторскую дочку, где Чичиков должен был с нею обвенчаться.

Пауза.

Ольга Николаевна говорит задумчиво:

— Имеете право так думать.

Почему я вспомнил этот эпизод?

А вот почему.

Сажу перед экраном монитора и слушаю лекцию по курсу русской литературы своего коллеги, профессора Сергея Владимировича Савинкова.

Профессор Савинков рассказывает о творчестве Гоголя.

На журфаке придумали новый видеоцикл.

Называется «Игры воображения».

Автор — Сергей Владимирович Савинков.

Режиссер и оператор — Валерий Николаевич Заборовский.

Руководитель проекта — заведующая кафедрой телевидения и радиовещания Валерия Вячеславовна Колесникова.

Об авторе: Кройчик Лев Ефремович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории журналистики и литературы ВГУ.

Идея эта вызревала давно, но начали ее реализовывать в 2017 году.

Вот и сидит перед камерой Сергей Владимирович и говорит то, о чем считает нужным сказать.

Беседует.

Неторопливо. Задумчиво.

Размышляет вслух.

Это очень трудно — вести диалог с человеком, не видя его.

Но у Сергея Владимировича это получается.

Когда человеку есть что сказать, предлагать другому человеку свою точку зрения не очень трудно.

Тут главное, чтобы невидимая тебе аудитория хотела тебя услышать.

Чтобы она не ушла из Сети.

II

«Мысль изреченная есть ложь», — сказал однажды Федор Иванович Тютчев.

И это абсолютная правда.

Слово отчуждается — начинает жить самостоятельно.

Что в итоге?

Субъект высказывания сам по себе, аудитория — сама по себе.

А ведь субъект высказывания очень рассчитывает на то, что аудитория хочет его понять.

Иначе коммуникация рвется.

Но аудитория всегда имеет множество точек зрения.

Всем не угодишь.

Угодать не надо — надо дать аудитории возможность прислушаться к твоей точке зрения.

Сделать ее понятной для аудитории.

Доступной для понимания.

Сергей Владимирович Савинков умеет быть понятным для аудитории.

Он с доверием относится к ее интеллектуальным возможностям.

Аудитории угождать не надо — надо просто пригласить ее к размышлению.

А значит — и к сотворчеству.

Отсюда следует одно — не мешайте человеку думать.

Помогите человеку ощутить себя личностью.

Сергей Владимирович неторопливо и негромко объясняет человеку, как можно воспринимать окружающий мир, как можно постигать мир художественного произведения.

И самое главное — как можно при этом оставаться самостоятельно мыслящим человеком.

Человеком внутренне свободным.

Свободно мыслящий человек предлагает свою версию взгляда на литературный процесс.

И тем он интересен.

Поучительнее получается беседа.

Я говорю «беседа», хотя фактически это монолог.

Но вот что удивительно — аудитория угадывается.

Эффект присутствия аудитории налицо.

Сергей Владимирович постоянно к этой аудитории обращается.

И — ведет за собой.

У вас иная точка зрения?

Имеете право так думать.

Но прежде чем вы со мной не согласитесь, выслушайте меня.

Слушать Сергея Владимировича интересно.

Знаете, почему?

Потому что профессор Савинков на своей правоте не настаивает: он просто предлагает аудитории свою версию взгляда на литературный процесс.

А свой взгляд — это всегда интересно.

III

Неслучайно цикл передач называется «Игры воображения».

Слово «игра» подразумевает некое соревнование.

Кто быстрее?

Кто сильнее?

Кто находчивее?

Кто изобретательнее?

Игра — это всегда соревнование не только мускулов, но и интеллекта.

Игра всегда — мобилизация человеческих возможностей.

Игра требует сосредоточенности.

Гибкости ума требует.

Победу рождает разум.

А рядом со словом «игра» лежит слово «воображение».

По Ожегову «воображение» — это способность воображать, фантазировать, мысленно представлять, размышлять.

Воображение — процесс, пробуждающий фантазию.

Последнее обстоятельство чрезвычайно важно: фантазия — непрерывная работа мысли.

Воображение — самостоятельный поиск решения, поиск ответа на вопрос, к тебе обращенный.

Воображение — это самостоятельное осмысление происходящего.

Воображение — это логическое «достраивание» идей и образов, которые являются предметом размышления автора.

По своей сути воображение — это творческий процесс, в пределах которого рождается новое представление о мире.

Если ты «воображала» — это прекрасно: значит, можно работать.

При встрече с произведением искусства воображение активно включается в процесс сотворчества.

Автор в данном случае активно вовлекает аудиторию в самостоятельное осмысление предложенной им системы образов.

Вот характерный пример.

Сергей Владимирович ввел понятие «готовый человек».

«Готовый человек» — это тот, кто не способен к дальнейшему развитию.

«Готовый человек» — это тот, кто не способен к саморазвитию. Это человек, сориентированный на определенный уклад существования.

Раз и навсегда.

«Готовый человек» — это тот, кто удовлетворен своим положением в окружающем его мире.

Вы полагаете, что этот человек все-таки развивается динамично?

Имеете право так думать.

Аудитория имеет право видеть мир таким, каким он ей представляется.

Слушать Сергея Владимировича Савинкова очень интересно.

Знаете — почему?

Потому что Сергей Владимирович с уважением относится к аудитории, с которой общается.

Первоначально кажется — профессор Савинков разговаривает сам с собой.

Но вот я слушаю беседу, которую ведет со мной профессор, и вижу перед собой живого человека, который каким-то удивительным образом ощущает меня своим собеседником.

Профессор не вещает с амвона.

Он просто размышляет.

Размышляет о том, что его самого беспокоит.

Допускает, что, возможно, не всегда прав.

Возьми и возрази.

Но мне почему-то оспаривать точку зрения Сергея Владимировича не хочется.

Мне интересен ход его мыслей.

Он побуждает меня задуматься о том, что говорит профессор.

Интересно слушать человека, который негромко и просто объясняет сложные вещи.

Это дорогого стоит.



Павел Пономарёв «Игры воображения» профессора Сергея Савинкова — к проблеме организации диалога в образовательном и коммуникативном процессе

Аннотация: материал посвящён выпускаемой телестудией факультета журналистики Воронежского государственного университета авторской программе «Игры воображения», рассказывающей о русской литературе, и проблеме организации диалога в образовательном и коммуникативном процессе. Автор беседует на обозначенные темы с доктором филологических наук, профессором кафедры журналистики и литературы ВГУ и профессором кафедры теории, истории и методики преподавания русского языка и литературы ВГПУ С. В. Савинковым.

Ключевые слова: авторская программа, субъект высказывания, диалог, аудитория, образовательный процесс, творчество.

«Игры воображения» — цикл передач, посвящённых русской литературе XIX века. Программа выходит с июня 2017 года на официальном канале журфака ВГУ в YouTube.

С точки зрения тележурналистики, «Игры воображения» являются медийным видеопродуктом, а именно — авторской телепередачей. С одной стороны, автор и одновременно ведущий, в роли которых выступает профессор С. В. Савинков, подбирая и выстраивая материал для его трансляции аудитории, устанавливает, посредством входа в видеопространство и работы на экране, зрительный и мыслительный контакт с аудиторией. С другой стороны, «Игры воображения» имеют ярко выраженные составляющие компоненты видеоформы: визуализация, музыкальное сопровождение, стилевое оформление, титрование.

Программа создаётся на базе лаборатории учебного телевидения факультета журналистики ВГУ командой сотрудников факультета. Автор и ведущий — С. В. Савинков. Режиссёр и оператор — В. Н. Заборовский. Руководитель проекта — заведующая кафедрой телевизионной и радиожурналистики В. В. Колесникова.

Со дня публикации 1-й части программы — «Категория готового в русской литературе: к портрету “маленького” человека» — имеющей на сегодня более 1200 просмотров (что не так мало — с учётом объективно ограниченных пока у программы медийных

возможностей), прошло почти два года. За это время вышло ещё две части: «Преображение человека как тема и идея в творчестве Н. В. Гоголя» и «Философия свободы в творчестве Ф. М. Достоевского». Сейчас готовятся к выходу 4-я и 5-я части, которые будут посвящены И. С. Тургеневу.

Обратимся к С. В. Савинкову и как к преподавателю, и как — теперь уже — к «медийному лицу» и постараемся выяснить, как он ощущает себя в этих двух ролях.

Павел Пономарёв: Сергей Владимирович, какую цель Вы ставите перед собой, предлагая аудитории данную программу?

Сергей Савинков: Мне кажется, что данная программа может поспособствовать тому, чтобы её зрители вошли в пространство, именуемое русской классической литературой.

— Если говорить о системе высшего образования, то какое место Вы определяете для своей программы в этой системе?

— Начну с того, что филологическое — в частности, литературоведческое — образование является важным звеном в системе гуманитарного образования, переживающего в настоящее время не лучшие времена. Усилия направляются не в сторону углубления и расширения, а в сторону сжатия и сокращения. Сжимаются учебные программы, сокращаются аудиторные часы, а вместе с ними умалется и возможность вдумчивого, глубокого и обстоятельного общения. Программа же «Игры воображения» (так, как она замыслена) по мере сил и возможностей препятствует такому умалению.

— Каковы структура и содержание Вашей программы — каким образом Вы планируете свою работу?

— Никакой изначально заданной структуры и никакого заранее заготовленного плана у меня нет. И это, может быть, к сожалению, а может быть, и к счастью. Какой может быть план, если программа называется «Игры воображения»? Поначалу я думал, что это не совсем удачное название — вероятно, то, что я делаю, можно было бы назвать, например, «Разговорами о русской литературе» или ещё как-то... А потом я понял, что «Игры...» — это вовсе не так плохо. Такой неформальный формат позволяет мне

Об авторе: Павел Пономарёв, магистрант факультета журналистики ВГУ.

быть свободным в выборе — и формы, и темы. Он даёт мне приятное ощущение раскованности и избавляет от необходимости следовать определённым правилам, которым я неизбежно бы следовал, если бы взялся за чтение курса лекций в академическом стиле. Кстати говоря, «Игры воображения» — это название и нашей с Андреем Анатольевичем Фаустовым (литературовед, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории и типологии русской и зарубежной литературы ВГУ — П. П.) книги. И своё название она получила с его лёгкой руки. Так что даже в этой переключке названий сказались и наше с Андреем Анатольевичем сотрудничество, и наше содружество.

— **Ключевые слова для Вас здесь — свобода и творчество? Свобода творчества?**

— ...Да-да.

В этом названии — «Игры воображения» — есть несколько смысловых планов. С одной стороны, это то, что имеет отношение к литературе: «воображение» — это процесс создания образов; с другой стороны, это то, что имеет отношение ко мне — человеку, который то, что «во-образила» литература, каким-то образом пытается понять. А для того, чтобы это понять, от меня тоже требуется воображение — игра разума. И получаются — «Игры воображения». Однако это не просто воображение — это аналитическое воображение.

Человек — это ведь homo ludens, то есть «человек играющий» (так называется знаменитый трактат, опубликованный в 30-х годах прошлого века нидерландским историком и культурологом Йоханом Хёйзингой). Суть в том, что мы без игры не можем. А когда человек благодаря игре выходит за рамки некоей заданности (той же учебной программы), он начинает понимать, что такое творчество.

— **И всё-таки, когда Вы выходите к камере — Вы же знаете, о чём хотите сейчас сказать? У Вас ведь имеется определённый набор тем, имён...**

— В этом смысле — конечно.

Свой цикл передач я начал с разговора о категории «готового» в русской литературе, наверное, потому, что в тот момент времени я рассказывал об этом на своих лекциях. Но, конечно, не только поэтому. А ещё и потому, что для меня с этой категорией связан важный план в истории русской литературы. В каком-то смысле, сам факт обозначения этого плана даёт возможность увидеть в истории литературы важные смысловые ориентиры. В частности, несколько иначе взглянуть на фигуру «маленького» человека. И у Гоголя, и у Достоевского маленький человек предстаёт, прежде всего, как человек «готовый», как человек, лишённый возможности развития, а в конечном итоге, как человек, лишённый судьбы. Поэтому, выходя к камере с той или иной темой, я считаю, что у меня есть уникальная возможность предложить аудитории по-новому посмотреть на привычные вещи.

Надо ли говорить, что за каждой темой скрывается большая, порой многолетняя работа? Во всяком случае, о категории «готового» и о «готовом» человеке

в русской литературе я начал размышлять лет десять назад. Сначала это были статьи о «готовом» человеке у Гоголя, потом — о категории «готового» в творчестве Достоевского... Конечно, за 30 минут (средняя продолжительность одной части программы. — П. П.) я успеваю сказать далеко не всё, что хотел бы. Постоянно ловлю себя на мысли, что что-то я упустил, а что-то не развернул как следует... Остаётся только надеяться, что потом когда-нибудь дорасскажу.

Но, с другой стороны, я всегда могу отослать студентов к своей программе — и это (возвращаясь к разговору о системе образования) дополняет образовательный процесс.

— **Наверное, это всё-таки больше, чем дополнение. В образовательном процессе есть форма лекции, а это — форма авторской программы.**

— Но лекции ведь — тоже авторские. И я не знаю, где здесь провести границу.

— **А граница, мне кажется, именно в форме: потому что лекция — это то, что происходит «по сю сторону» (здесь и сейчас), а программа — это «по ту сторону экрана». И если говорить о форме Вашей программы, то по сути — это монолог (условно говоря, его можно назвать, как Вы уже здесь отмечали, — «разговоры о русской литературе»). Но когда я смотрю, как Вы выстраиваете свой рассказ, я явно ощущаю Вашу нацеленность на беседу со мной, с невидимым Вами зрителем. Как Вы добиваетесь трансформации диалога с самим собой в диалог со зрителем? Или, иными словами, как Вы превращаете свой монолог в наш диалог?**

— Я не знаю, как это получается. Впрочем, попробую объяснить. Прежде всего, мне важен сам язык разговора. Он не должен быть «готовым». Мне бы хотелось, чтобы зритель понимал, что всё, что он видит и слышит, не срежиссированно. И он действительно это видит: я не пользуюсь никакими заготовками, а то, что я держу в руках — книгу или лист бумаги — это зачастую всего лишь антураж, потому что ни тем, ни другим я практически не пользуюсь.

Постараюсь выразиться точнее. Диалог, о котором вы меня спрашиваете, может возникнуть из монолога в том случае, если этот монолог становится формой мыслительного процесса. А мыслительный процесс, как говорит Лев Ефремович Кройчик, мой учитель и коллега, обладает чрезвычайно важным свойством: он способен затягивать — и того, кто его осуществляет, и тех, кто присутствует при этом осуществлении. А это и есть основа для образования диалога — пусть не явного с точки зрения формы, но всё равно содержательно наличествующего. Я думаю, в случае с моей программой это тоже происходит. Могу судить об этом по разговорам со своими студентами.

Удивительное дело — студентам нравится не только и даже, может быть, не столько то, что я говорю, но прежде всего сама манера ведения разговора. Эта манера явно отличается от той, к которой они привыкли. Я обозначил бы сложившийся сегодня стиль подачи информации как «подача на бегу».

Но я человек иного склада — мне на бегу ничего

делать не хочется, поэтому я всё делаю не спеша. И дело не в медлительности как таковой. Ретардация (от латинского *retardatio* — замедление), о которой я говорю, связана с необходимостью преодоления сопротивления материала, к которому обращается мысль. И это весьма трудоёмкое дело. Но именно такая трудоёмкость и придаёт мысли тот вес, который заставляет с ней считаться.

Можно ли считаться с тем, что говорю я? По этому поводу могут быть, конечно, разные мнения. Но одно мнение мне особенно важно. Это мнение Аллы Борисовны Ботниковой (доктор филологических наук, профессор, в 1969–1990 гг. — заведующая кафедрой зарубежной литературы ВГУ. — П. П.). Она говорит мне: «Вы умеете подать так, что над тем, о чём вы говорите, хочется думать. Вы наталкиваете на раздумье. «Раздумье» — это главное слово, с которым я связываю Ваши разговоры». Такая поддержка многого стоит. А раздумье — прямой путь к диалогу.

И вот сейчас я мог бы уточнить цель нашей программы. Эта цель заключается ещё и в том, чтобы подтолкнуть зрителя к самостоятельному мышлению. Найдутся, конечно, и те, кто будет говорить: «Кому это надо? Тратить время на то, что не имеет практического результата». Жаль, что эти люди не знают, какое удовольствие можно испытывать, когдаходишь в пёстрый мир самых разных значений и вдруг начинаешь понимать механизмы, приводящие их во взаимодействие между собой. Ведь в конечном счёте, к установлению связей и отношений стремится любая наука. В том числе и филологическая.

— **Вы представляете свою аудиторию — с кем ведёте диалог?**

— Представляю легко, потому что каждый день захожу в студенческую аудиторию. Я представляю молодых, заинтересованных, ищущих, удивляющихся, сомневающихся людей, способных на живую реакцию. Мне очень бы хотелось, чтобы она возникла. Есть разные лекции и разные лекторы: кому-то достаточно просто подать материал — и он при этом не видит студенческие лица. А я их вижу всегда. И когда представляю своих слушателей и зрителей, я, прежде всего, думаю о том круге, который вокруг меня. Каждый год приходят новые первокурсники, и с каждым годом мой круг расширяется, расширя-

ется... Поэтому и те, кто пока ещё за его пределами, могут потенциально в него войти.

Не скрою, что мне, конечно, важна и реакция профессионального сообщества. Но то, что видит зритель — это, конечно, не только моя работа. Это работа и оператора, и режиссёра — в данном случае их представляет в одном лице Валерий Николаевич Заборовский. А тем человеком, который подтолкнул меня на создание этой программы, стала Валерия Вячеславовна Колесникова.

— **Вы ощущаете свою исключительность, имея возможность быть услышанным?**

— Конечно. Смотреть на экран и понимать, что тот, кто сейчас на нём изображен, это я — для меня важный план. Я думаю, что это знакомо любому автору. Это как у Достоевского в «Бедных людях». Макар Девушкин пишет Вареньке Добросёловой: «Положим, что вдруг, ни с того ни с сего вышла бы в свет книжка под титулом — «Стихотворения Макара Девушкина!» Ведь каково это было бы, когда бы всякий сказал, что вот-де идёт сочинитель литературы и пиита Девушкин, что вот, дескать, это и есть сам Девушкин!»

Конечно, и мне важно «это и есть сам». Мне это важно как человеку публичному. Как-то увидел, что кто-то оставил свой комментарий, вроде того, что очень интересный лектор. Что ж, спасибо! Конечно, наша программа не может сравниться с теми, у которых просмотры исчисляются миллионами — но это и не нужно, я не льщу себя такой надеждой. Мои зрители — те, кто мне близок — и душевно, и умственно. И ещё они избирательны: умеют отличать и различать.

— **Что ещё Вы не сказали — но хотите сказать — своим зрителям?**

— Много чего... О том, что близко и дорого — о Пушкине, о Лермонтове, о Толстом, о Чехове... И снова по кругу — о Гоголе, о Достоевском, о Тургеневе... Но уже под другим углом, с другой мыслью и с другой идеей. Ведь я знаю, что я не сказал о Гоголе в уже вышедшей части, посвящённой Гоголю. Знаю также и то, что не сказал о Достоевском. А когда этот круг пройдёт, я снова вернусь к тому, с чего начинал. И начну всё заново, но по-другому — не по кругу, а по спирали.



Виктор Хорольский

Чтение как хлеб и как торт

Советы начинающим

Чтение для многих из нас стало ежедневным занятием, рутинной интеллектуальной работой. Читать приходится много, часто это утомительное занятие. Но в этом есть и свой пафос — знание, опыт... и путь к куску хлеба насущного. А есть еще и чтение ради удовольствия, чтение-наслаждение... и это уже не хлеб, а торт! Об этой стороне проблемы и пойдет речь ниже.

Люди узнают из книг и газетных статей массу любопытного. Чтение, окно в большой мир, с детства дает любознательным людям незаменимую духовную пищу, повод для собственных сокровенных размышлений. Книга, как и огонь, электричество, атомная энергия и интернет, навсегда вошла в число величайших факторов прогресса. Это прописные истины, но они снова актуализируются в эпоху визуализации и «ютюба», в эпоху, когда мелькание картинок на экране вытесняет неторопливое листание книжных страниц. Печатное слово в серьезных журналах и газетах не может конкурировать с телеинформацией, оно оказалось под угрозой потери своего сакрального статуса. Армия вдумчивых читателей несет невосполнимые потери, а в тылу разброд и шатание... по ресторанам. И дело не в тиражах изданий, не только в культе развлекательного ТВ и сетевых коммуникаций. Проблема в самом стиле жизни, формируемом обществом гедонистического потребления. А еще есть вечный, как луна и звезды, культ материального преуспевания и жизненного успеха в виде карьеры. Есть неистребимый инстинкт приобретательства, противоречащий духовным ценностям и сути Книги книг.

Однако и в этой неоднозначной исторической ситуации, в эпоху самоцельных удовольствий, чтение не ушло на периферию существования человека. Читатель еще жив! Хорошо помню, с каким азартом я читал в школе о путешествиях и полетах космонавтов, о приключениях героев Жюль Верна и Герберта Уэллса, о странствиях Тура Хейердала и Алена Бомбара, причем последний, напомним, поразил нас всех, переплыв Атлантический океан в резиновой лодке, без всякой помощи, без современных средств связи. Это было то рискованное странствие, которому позавидует и Федор Конюхов! Иногда приходится слышать: в книгах много вымысла, романы не всегда точно отражают

реальность. Литература в ряде печальных случаев подобна наркотику, который отвлекает от работы, уводит в мир грез. Это так. Уводит. Проработав преподавателем литературы несколько десятилетий, могу засвидетельствовать, что чтение романов для многих становится наркотиком, для многих оно чревато, особенно для любителей фантастики, фэнтези, тривиальных детективов, женской «розовой» прозы, китчевого любовного романа и т. п. Да, во многих произведениях реальность искажена в угоду невзыскательному вкусу массового потребителя. Порой встречается прямая ложь... Но это для многих читателей приятная («белая», как говорят в Англии) ложь, дающая радость уму и сердцу. Можно ругать таких потребителей треша, а можно признать их право на выбор. Писатели «навевают сон золотой» читателям, лишены возможности посетить Мальдивы, приукрашивая нашу жизнь сказками о доброй фее или счастливом лотерейном билете. Эта ложь не безобидна, но и преступлением ее нельзя назвать. Это дело вкуса, который можно исправлять только моральными способами, убеждением, но не принуждением.

И журналисты, и политики, и преподаватели литературы часто безбожно врут. Белый танец — врут все! И это часто выдается за свое мнение, за оригинальность суждений, за предвыборную агитацию или за воспитательный процесс. Как правило, политики врут намеренно, с целью получения дивидендов... Но означает ли это, что книги — и особенно газеты, ТВ, Сеть — это всего лишь иллюзорно-виртуальная действительность? И что не надо никому верить? Означают ли противоречия потребления книг и журналов смерть серьезной Книги, уход со сцены бумажной периодики? Отнюдь, как говаривал Е. Гайдар. Да, печатное слово стало инструментом промывки мозгов, пропагандой. Эти издержки современного производства духовной пищи для нас, деформация общественного сознания и индивидуального мировоззрения; тупики аналитического чтения всем хорошо известны, мысль о смерти литературы мелькала давно. Но без чтения художественных творений и без качественной медиапродукции, без серьезных текстов и журналистских текстов в частности, без телематериалов о нашей политической жизни, ситуация будет еще хуже.

И первый вывод: книга, газета, журнал, учебник продолжают и в сетевую эпоху быть основным ферментом духовного прогресса землян. Чтение, думается, это одновременно

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

и хлеб, и торт каждодневного существования сотен миллионов граждан во всем мире. Окно в мир. Пусть оно, это пресловутое окно, частенько мутное, немывое, а то и специально заляпанное пропагандистскими помоями... Конечно, читать надо выборочно, не заходя за грань зависимости от жанра и стиля многочисленных авторов. Утонуть в океане чтения легко, быть Аленом Бомбаром трудно. Критика помогает, рецензии могут быть надежным маяком. Также не всем надо доверять, но проглядывать критические разделы в толстых журналах очень полезно: там, в журналах и газетах, работают профессиональные читатели, перелопатившие не одну сотню рукописей. Студенты гуманитарных факультетов без чтения околотитературной продукции не смогут овладеть искусством интерпретации чужого слова. Да и обычному читателю ограничивать свой круг чтения развлекательными текстами просто глупо.

Отдельно надо сказать о библиотеках. Сегодня там нет былой давки. Все, финал эпохи Гутенберга... Говорят, что устарело все это, а бумагу производить дорого, лес надо беречь, мол, тексты есть в Сети, зачем тратить время и деньги на транспорт, на сидение в читзале и т. д.? Но так ли это??? Библиотека — это храм, туда ходят и учиться, и молиться, и просто посидеть среди неглупых людей. В библиотеках России и Англии я, например, увидел и вычитал много такого, чего нет и не может быть в интернете. Например, когда я в начале 1980-х гг. ходил в «Ленинку», а я тогда жил в Москве, в главном здании МГУ на Ленинских горах, так как учился на ФПК (факультет повышения квалификации), то часто видел в зале каталогов одну и ту же девушку в очень и очень скромном свитере болотного оттенка. Она сидела и ежедневно перебирала карточки, иногда делая записи. Я как-то попробовал с ней заговорить и убедился, что она психически нездорова. Просто несла бред, не имеющий ничего общего с вопросом. Я поинтересовался у дежурной по залу, мол, что здесь делает эта явно больная особа. Ответ

был изумительный: «Ей некуда больше идти, она здесь уже несколько лет сидит с открытия до закрытия». Сегодня ее никто не пустил бы в залы Храма, где сидят в основном старые... профессора. А тогда — другое было время. Вода рационально-коммерческих отношений, увы, смыла странных девушек в «Ленинке». Нет и былых десятков и сотен читателей, сидящих в вагонах метро с книгой.

В Оксфорде в конце прошлого века мне понравилась английская книга стихов. Секретарь одного из колледжей университета, девушка из Нигерии, сказала, в какой лавке эта книга продается. Я пошел, но 25 фунтов были мне слишком дороги, и я честно сказал об этом секретарю, по моим понятиям, бедной негритянке, кстати, только недавно приехавшей в Англию. Она дала мне газету, кофе и попросила посидеть вместо нее. Через 20 минут она появилась с книжкой, которая и ныне у меня стоит в шкафу на полке. Нет, конечно, я долго не брал этот подарок, я отнекивался, говорил, что я доцент Воронежского университета, не лаборант, чай... Но она была неумолима, она тоже любила стихи, ей нравились английские поэты и воронежские доценты. Было это в 1995 году. Расходы на мою поездку взял на себя Британский совет, также загнивающие западники взяли на себя заботу обо мне даже тогда, когда хулиганы в Москве у меня отняли их деньги, фактически за день до начала работы конференции... Меня в посольстве Великобритании переправили в Англию так, что я не ощутил материальных потерь. И я достаточно долго читал книги, сидя в библиотеках Оксфорда, чему очень рад. Родная страна МНЕ никогда не компенсировала финансовые потери такого рода. И книгу нужную МНЕ, увы, редко дарили так к месту, просто так, от души, как это сделала незнакомая девушка из Нигерии.

Вывод второй: читая и любя книги, не забывайте о жизни, о хороших девушках, которых хватает не только в Нигерии или в Англии.

г. Воронеж

Павел Пономарёв

«Любовь моя – “Молодёжка”» — фрагменты фрагментов, или Тоска по весне

Аннотация: рецензия на книгу В. В. Тулупова «Любовь моя — “молодёжка”», рассказывающую о судьбе бумажной прессы, в частности — о знаменитых молодежных областных изданиях «Ленинец» (Уфа) и «Молодой коммунар» (Воронеж). Автор рецензии рассматривает явление молодежной прессы в нашей стране, анализирует творческий метод автора книги и рассуждает, вслед за ним, о судьбе бумажной прессы в России.

Ключевые слова: «молодёжка», «Ленинец», «Молодой коммунар», история, бумажная пресса, электронные СМИ.

I
«...Многое кажется сегодня, в 2011 году, просто наивным и не таким уж существенным и важным. Искренний и горячий трудовой героизм молодежи тех лет — странным... Проблемы, о которых идет речь в предлагаемых вашему вниманию публикациях — далекими и забытыми временем. Но именно поэтому и хотелось бы напомнить дыхание той легендарной сегодня оттепели, поставившей во весь рост, во всю глубину главный вопрос, главную проблему жизни — *проблему весны в душе человека...* (Выделено мной. — П. П.) Это счастье молодости, радость открытия мира, этот священный огонь и святое нетерпение, которое я пережил вместе с героями моих публикаций в те годы, надеюсь, сможет коснуться и вас, мои читатели, живущие ныне во втором десятилетии двадцать первого века в России» [1, с. 72].

Эту цитату Владимира Серафимовича Виноградского — журналиста, писателя, поэта, одного из самых авторитетных преподавателей факультета журналистики МГУ, а в 1959–1961 гг. сотрудника редакции молодежной республиканской газеты «Ленинец» в Уфе — я взял бы эпиграфом к новой книге Владимира Тулупова «Любовь моя — “молодёжка”».

Цитата — из авторского предисловия Владимира Серафимовича к его книге «Герои невыдуманных дней», вышедшей в 2011 году.

В этом предисловии «зубр журналистики» обращается к истории полувековой давности — к началу своего творческого пути.

К началу «открытия мира».

А кто открывает мир, когда тебе двадцать два?

Когда, кажется, нет ничего невозможного.

Когда все преодолимо.

Когда все еще впереди и так далеко.

Мир открывает профессия. Ремесло. Любимое дело.

Если хотите — творчество.

Владимиру Виноградскому мир открыла журналистика.

Скажем конкретнее — уфимская молодежная газета «Ленинец».

На этот счет верные слова нашел Виктор Мустафович Чекиров, с 1971 по 1974 гг. редактор другой молодежной газеты — воронежского «Молодого коммунара»: «Газета учит нас понимать многое и, прежде всего, ходить по земле, видеть отдельного человека с его земными заботами, болеть его бедой, это труднее, чем, скажем, “страдать” масштабно и глобально за все человечество сразу...» [1, с. 136].

Не «страдать» за все человечество сразу — а «видеть отдельного человека с его земными заботами».

Ведь это невероятно важно в двадцать — двадцать два — двадцать четыре: не просто ходить по земле, но твердо стоять на ней. Чувствовать точку опоры.

И еще. Не уподобляться лермонтовскому герою, посчитавшему, что жизнь раз и навсегда решена.

А попытаться конкретными делами что-то изменить (к лучшему, разумеется).

Помочь ближнему.

На крайний случай — измениться самому.

Газета на все это давала шанс.

Во всяком случае, так говорят герои книги Владимира Тулупова — сотрудники уфимской и воронежской «молодёжек» в разные годы их существования.

Во всяком случае, так они — сотрудники — верили, так они думали.

Во всяком случае, так было. До недавних пор.

II

В сущности, книга и посвящена этим двум в свое время знаменитым областным молодежным газетам — «молодёжкам», как их ласково называют: уфимскому «Ленинцу» и воронежскому «Молодому коммунару».

Чем обусловлена эта, на первый взгляд, не вполне логичная попытка (именно попытка: не зря автор дает своей книге подзаголовок — «Фрагменты истории») соединить под одной обложкой эти истории двух, на первый взгляд, совершенно разных изданий?

Да, оба издания по своему типу — общественно-политические молодежные газеты.

Оба — официальные печатные органы соответственно комитетов комсомола Башкирии и Воронежской области.

Но где Воронеж и где Уфа.

И сколько таких «молодёжек» было по всему Союзу — почему выбор автора пал именно на эти две?

Конечно, автор предполагал, что такой очевидный вопрос обязательно назреет у читателя, а потому продумал концепцию книги, которую открыл «НЕОБХОДИМЫМ ПРЕДИСЛОВИЕМ» («или Почему написана эта книга»).

Восстановим же справедливость, дав, наконец, слово самому автору — Владимиру Васильевичу Тулупову.

Вот эти слова: «Как многие русские писатели вышли из “Шинели” Гоголя, так большинство отечественных журналистов вышли из молодежной прессы. Это относится и к моим друзьям-газетчикам, и к университетским коллегам. Я сотрудничал (и даже штатно работал) с редакциями двух “молодёжек”: “Ленинца” и “Молодого коммунара”...» [1, с. 4].

Вот вам ответ: автор пишет историю двух молодежных газет, потому что хорошо ее знает. Потому что работал в них. Потому что был прямым свидетелем этой истории: связал отдельные этапы своей жизни с отдельными этапами жизни этих изданий.

Об этом и пишет.

Добавляя: «Да и первую — кандидатскую — диссертацию посвятил истории, теории и практике оформления областных молодежных газет РСФСР. А это — ни много ни мало — 55 подшивок таких изданий, которые в прямом смысле были изучены от корки до корки...» [1, с. 4].

Вот вам еще один ответ — правда, на вопрос косвенный, задаваемый не напрямую, а, скорее, на засыпку — что называется, информация к размышлению: областных молодежных газет в РСФСР было 55.

Было бы наивно, однако, полагать, что рассказать историю двух (из 55!) газет стало единственной задачей автора.

Не единственной.

Судьба бумажной прессы в Отечестве — вот о чем хотел рассказать теоретик и практик журналистики Тулупов на примере двух близких ему изданий.

Судьба, к сожалению, — как и Отечество — оказались неблагоприятны к бумажной прессе: «Чиновники все же закрыли газету («Молодой коммунар» в 2015 г. — П. П.), не вняв гласу народа. Такая же судьба постигла молодежные издания по всей стране, включая башкирский «Ленинец», с которого, по сути, начинался мой путь в профессию», — пишет Владимир Васильевич.

По плечу ли оказались автору его задачи? Здесь он представляется мне объективным, не тешащим себя творческими иллюзиями. Завершается «Необходимое предисловие» так: «...неполнота этой книжки, как мудро по аналогичному поводу высказался один из редакторов одной из наших “молодёжек”, извинительна...» [1, с. 6].

III

В чем заключается творческий метод автора книги?

Владимир Тулупов делит свой труд на две части.

Первая часть — «ПЕРВАННАЯ ИСТОРИЯ» — делится, в свою очередь, на две главы: «Уфа» и «Воронеж».

Это не просто — две главы книги.

Это — две главы жизни автора.

Переплетом глав стала история (точнее, фрагменты истории) двух «молодёжек» — «Ленинца» и «Коммунара».

Действительно — прерванная, как мы уже выяснили, история.

Но суть первой части видится мне даже не в истории «молодёжек» — она только фон основного действия. А именно — молодости автора.

История любой молодости — это отдельная книга.

История любой молодости имеет право быть рассказанной.

Молодость вообще — это «буйство глаз и полководье чувств».

Молодость априори вызывает к сочувствию, к со-размышлению, к со-творчеству.

Молодость — то, что знакомо каждому.

Поэтому совершенно оправданным выглядит желание автора рассказать о *своей* молодости.

Тем более что есть о чем рассказать.

«Где он, мой красный альбомчик, с робкими пробами пера, хранящий впечатления черниковского пацана, открывавшего для себя настоящую Уфу?..» [1, 7].

Это автор — о первых студенческих годах.

«...В воспоминаниях коллег мы были и в журналистике неразлучными, поэтому путают и даты, и редакции, и дела... Но мы и не развенчиваем “апокрифы”, тем более что у нас действительно было много совместных дел: будь то участие в Театре КВН БГУ или в проведении уфимских юморин, будь то совместные публикации или работа в жюри профессионального конкурса ответственных секретарей районных газет» [1, с. 20].

Это — о дружбе с Лазарем Дановичем, с которым судьба свела сначала в «Уфимской неделе», потом — в «Ленинце»...

Тепло (даже — горячо), искренно, порывисто, лирично — так Владимир Васильевич вспоминает эти годы. (А можно ли писать о них по-другому?)

И когда кончается проза, а чувства остаются — начинаются стихи.

Стихи, которыми автор дополняет воспоминания, — стихи, которые тоже воспоминания, — помогают Тулупову «выговориться» до конца.

До возможного — в книге — эмоционально-образного предела, вершащего творческую концепцию автора: рассказать, как ремесло формирует человека.

Как человек пишет историю.

Как история оплетается судьбами, профессией, молодостью — одной на всех.

И на страницах книги — фотографии.

И на фотографиях — лица, лица, лица...

Молодые лица.

Журналисты «молодёжек».

Фрагменты истории.

IV

Из чего состоит вторая часть книги, названная бесхитростно «Былое и мы»?

«...Это голоса журналистов, в разные годы работавших в уфимской и воронежской “молодёжках”» [1, с. 6], — пишет Владимир Тулупов.

История — продолжается.

Но — история неполная, фрагментарная, ибо «это всего лишь фрагменты их (журналистов. — П. П.) прерванной истории...» [1, с. 6].

Фрагменты эти — история уже написанная: в книгах «“Молодой коммунары”. История продолжается» (Воронеж, Издательство им. Е. А. Болховитинова, 1998), «Легенды “Молодого коммунара”» (Воронеж, 2018), в альманахе «Акценты: новое в массовой коммуникации», в журнале «Журналист»... В лентах в «Фейсбуке». В других источниках.

Логично напрашивающийся вопрос: зачем автору надо было публиковать опубликованное? Собрать под одной обложкой других авторов? Ибо в таком случае индивидуальный авторский труд превращается в коллективную работу.

Здесь дело в другом: не столько в работе автора, сколько в работе составителя — в работе автора-составителя.

Не столько в работе писателя, для которого первостепенна самость, сколько в работе журналиста, для которого первостепенна объективность. Панорама событий. Сжатая картина мира.

Владимир Васильевич поставил перед собой цель: рассказать историю двух изданий.

И — рассказывает ее.

Отбирая источники.

Материалы.

Мнения.

Последовательно встраивая их в сюжетное, логическое — хронологическое — повествование.

Я думаю, это не путь наименьшего сопротивления — собрать под одной обложкой материалы разных авторов и лет, объединенные общей темой.

Это — путь к объективности: дать право высказаться всем.

Дать читателю разные точки зрения.

Пригласить читателя к со-размышлению.

Вызвать аудиторию на диалог.

Книга Владимира Тулупова — не столько произведение художественное, сколько — беллетристическое. (От слова «беллетризация» — изложение документального материала с использованием приемов художественного повествования.)

Ибо главное для автора — не его воспоминания о собственной молодости, а ретроспектива событий, судеб, взглядов, к которым автор имел личную причастность — со-причастность.

Книга Владимира Тулупова — не столько произведение документальное, сколько — публицистическое.

Ибо главнее для автора — все-таки не историческое прошлое двух газет, а реальное настоящее, в котором — увы — этим газетам места не нашлось.

И это — проблема не локальная — Воронежа ли,

Уфы ли...

Это — проблема массовая, ибо смерть газетной прессы (и прессы вообще) — явление общенациональное.

И географический раздраз повествования (Воронеж, который на юге, и Уфа, которая на востоке) — не парадоксальность, не исключение из правила, а напротив — подтверждение наличия проблемы.

Конкретное — на примерах Воронежа и Уфы — подтверждение.

Так автор, порою, может быть, сбивчиво и хаотично, но через историю событий (оттепель, годы застоя, перестройка), судеб (журналистов Александра Касымова, Дмитрия Ефремова, Виталия Жихарева, Алексея Колосова и др.), взглядов («Менестрель с чужим “голосом”», «Льзя!» и т. п.) подходит к финальной главе: «ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ».

V

Это даже не глава — по объему.

Не параграф.

Не пункт.

Это — три странички, ради которых, можно сказать, были написаны предыдущие двести.

Ибо в тексте «Бумажная пресса: “Слухи о моей смерти явно преувеличены”» Владимир Тулупов сконцентрировал свою главную идею, к которой шел на протяжении всей книги.

Сконцентрировал уже в самом заголовке.

Сегодня это одна из главных (если не главная) проблем журналистики: смерть бумажной прессы.

На смену бумажным СМИ приходят электронные.

И то — не всегда.

Что пришло на смену «Молодому коммунару»?

Может быть, студенческий портал «P.S. — 5 сов», функционирующий на базе журфака Воронежского государственного университета? (Кстати, портал открылся в 2015 году, за несколько месяцев до закрытия «Коммунара».)

Тем не менее «5 сов» пока серьезно проигрывают «Коммунару» — в охвате аудитории, в качестве контента, в читаемости и читабельности и т. д.

Поскольку являются в первую очередь — учебным проектом.

И только во вторую — СМИ (пока — незарегистрированным).

Вместе с «Молодым коммунаром» закрылось и бумажное детско-юношеское приложение «Ворон и Ёж» (перешедшее тоже в онлайн).

Пока положительным примером существования детской и молодежной прессы являются липецкие издания «Золотой ключик» и «Молодежный вестник», продолжающие выходить на бумаге (несмотря на то, что существуют и в электронных версиях, и в социальных сетях).

Но в целом эпоха молодежной прессы, на мой взгляд, давно завершилась.

Перешедшая в онлайн «молодёжка» атомизировалась и локализовалась, став лишь проявлением одиночных инициатив.

Исходят они, как правило, от учебных заведений, которые заинтересованы в собственных корпоративных СМИ. Площадках для интеграции аспирантов и студентов — не выходя тем не менее за собственные стены.

Можно назвать пару положительных примеров подобных СМИ.

Журнал «СГУщёнка» — печатный (!) продукт Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. Издание имеет свой сайт.

Сетевое издание «Мегабайт» — студенческое СМИ, функционирующее на базе Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО).

Казанское интернет-издание «Фракция — Молодое племя», которое создают агентство брендинга и коммуникаций ImCompanu и школьники от 13 до 18 лет. Пишут на актуальные, волнующие подростков темы: отношения с родителями, сверстниками, учителями, противоположным полом; проблемы интернета, эскапизма — противостояния пространства виртуального пространству реальному...

В целом вышеназванные СМИ заботятся о качестве как содержания, стараясь объективно и полно отражать актуальную действительность, так и формы, следуя за новейшими медиатехнологиями.

Но много ли таких СМИ?

К сожалению, нет.

Поэтому послесловие Владимира Васильевича Тулупова звучит как призыв, манифест.

Он обращен и к аудитории, и к журналистам (и к ним — в первую очередь): сберечь бумажную прессу!

Это — вслед за автором верю — возможно.

Тем более что рекомендация к действию выработана.

Самим автором.

Книга Владимира Васильевича Тулупова «Любовь моя — “молодёжка”» — это память о молодости. История двух редакций.

Опыт работы в них, становящийся сегодня тоже, к сожалению, — историей (процессы прогресса — необратимы).

Книга Владимира Васильевича Тулупова «Любовь моя — “молодёжка”» — о верности своему делу. Профессии. Ремеслу.

Это ностальгия — а точнее, тоска (будем до конца честными) — по ушедшему и уходящему.

По той самой *весне в душе человека*, с которой я начал этот материал.

А в конечном счете — по любви (недаром именно это слово — первое в названии книги), определяющую эту весну.

P. S. Алик Шакиров, работавший в «Ленинце», сказал о нем (но это равно применимо ко всему, о чем говорилось выше):

«“Ленинец” — всегда в нашей памяти, в нашем сердце. Думая о годах, проведенных в редакции “Ленинца”, я часто повторяю слова Поля Верлена:

Вновь над моей

И твоей судьбой

Ветры кружат осенние.

Память — моя печаль и боль.

Память — мое спасение [1, с. 107].»

г. Воронеж

Литература

1. Тулупов В. В. Любовь моя — «молодёжка». Фрагменты истории / В. В. Тулупов. — Воронеж, 2019. — 206 с.

Поэтическая вселенная поэта

Рецензия на монографию В. А. Гаврикова

«О поэтической вселенной Александра Башлачёва»

(Bull Terrier Records. Москва — Калуга — Венеция, 2019)

На первой же странице монографии автор «договаривается» с читателем о жанре своей работы («занимательная башлачевистика»), таким образом расширяя круг потенциальной аудитории: книга предназначена не только филологам-профессионалам, но и всем, кто интересуется творчеством выдающегося рок-поэта Александра Башлачёва, а также современным искусством в целом.

Первую главу книги автор решил посвятить проблемам башлачёвской поэтики (стиля, тропики, эстетики) и представил очень интересный и тонкий анализ некоторых ключевых образов поэта. Например, фраза «Целовало меня Лихо, только надвое разрезало язык» рассматривается и в контексте пушкинского «Пророка», и с точки зрения собственно башлачёвской устремленности к «символьному» осмыслению бытия. В итоге Лихом «надвое разрезанный язык» интерферирует и с змеиным жалом (мудрость), и с Божьим Промыслом (отмеченным Пушкиным).

Поскольку поэзия Башлачёва имеет глубокие религиозные и шире — общефилософские корни, то В. А. Гавриков вполне логично во II главе переходит к рассмотрению именно этого аспекта стихотворений автора. Подобно многим представителям субкультуры (и контркультуры) советской эпохи, Башлачёв также стремится к осмыслению «запретного» и «запрещенного» официозом (например, вспомним об огромном интересе рок-поэтов к буддизму). Здесь автор монографии уместно вспоминает о таком знаменитом «ересиархе» (термин, употребленный А. А. Ахматовой), как Л. Н. Толстой (можно добавить и Ф. М. Достоевского), создававшим свою религию и философскую систему. Как любой крупный художник, Башлачёв идёт по этому же пути и представляет «новую синтетическую веру» (см. рецензируемую монографию, с. 85) в духе New Age, отсюда соединение христианских (включая сектантские), буддистских, языческих данностей: «И в груди — искры электричества. / Шапки в снег — и рваните звончка. / Свистопля! Славное язычество». Что касается башлачёвской этики, то в данном случае согласимся с совершенно справедливым утверждением автора монографии: «Добро, любовь, сочувствие, смирение, самопожертвование — важнейшие этические категории поэтики Башлачёва» (см. рецензируемую монографию, с. 120).

При рассмотрении башлачёвского хронотопа (постижение аспектов авторской картины мира через образы пространства и времени) В. А. Гавриков

различает сакральные (природные — поле, лес, река) и профанные (объекты, созданные человеком — «богооставленные» города) пласты. Что касается авторской концепции времени, то здесь исследователь отмечает её циклическую сущность, указывающую на всеобщую темпоральную взаимопроникаемость. Данное замечание представляется нам верным и неоднократно подтверждающимся логикой всей лирической системы поэта: «Значит, снова пойдём. / Перекурим, споем и приступим». Затрагивается и вопрос о природе башлачёвской мифологии, соотносящейся с мифом праславянским и в целом — с индоевропейским.

Поэзия Башлачёва — звучащая, песенная, поэтому в рок-литературоведении продуктивно рассматриваются поэтологические особенности стихотворений-песен, а также учитывается автометатекст (автокомментарии исполнителя на собственных концертах). Например, фразу «биты кирпичи» поэт пропевал «биты кир-пи-чи», создавая у слушателей ощущение «разбитости». Такой анализ дополненной мелодией поэзии существенно помогает осмыслить картину башлачёвского художественного мира, художественной логики.

О Башлачёве принято говорить как о поэте «книжном», «литературном», «филологическом», что позволяет вписать этого замечательного художника в отечественную и мировую культуру. Башлачёв не просто цитирует Шекспира (в песне «Похороны шута») Пушкина («Мой бедный друг, из глубины твоей души / Стучит копытом сердце Петербурга» как аллюзия на «Медного всадника») или Высоцкого («Нет ни пропасти, ни коня» — отсылка к «Коням привередливым»), он вступает с ними в диалог, создает уникальные центоны, что порождает богатейший интертекст. Эта черта поэзии Башлачёва достаточно хорошо изучена, но В. А. Гавриков сумел найти новые примеры, указывающие на неисчерпаемость художественного текста.

В монографии можно видеть Приложение, в котором представлен список научных трудов (250 номинаций) о творчестве Башлачёва, что дает возможность читателю расширить свое представление о степени изученности произведений этого поэта.

В заключение отметим удачное сочетание в данной монографии высокой филологической культуры, простоты изложения материала и искренней заинтересованности автора в том, о чем он пишет.

Д. ф. н. Галина Шпилевая,
к. ф. н. Дмитрий Скобелев.

Анастасия Ермакова

Вся эта критика. Всё это критика... и без нее литература предстает аморфной

О том, какова литературная жизнь сегодня, «ЛГ» побеседовала с человеком, который, вероятно, знает о ней больше всех. Наталья Иванова — о журнале «Знамя», книжных блогах и литературных премиях. И о критике, разумеется.

— Наталья Борисовна, говоря о своей биографии, вы часто упоминаете, что вас назвали в честь Наташи Ростовой, чем и предопределили ваше литературное будущее. А как сами относитесь к Толстому? И почему для филологических исследований все же предпочли Достоевского?

— Вопрос почти по Ахматовой: чай или кофе, кот или собака, Толстой или Достоевский!

Еще на фронте, где родители познакомились, они загадали имя первенцу по «Войне и миру»: это была их фронтовая библия. Мальчик — Андрей, девочка — Наташа. Как я могу относиться к Толстому? Как к литературному крестному. Толстой с детства: простуда, постель, чай с медом, отец читает рассказы про Бульку. Мама, выпустившаяся из ИМЛИ накануне войны в июне 41-го, вместе со Ржевской (тогда — Леной Коган), Павлом Коганом, Сергеем Наровчатковым, вспоминала замечательные лекции Абрама Белкина и навсегда осталась «достоевисткой» по душевному влечению. В мои 12–13 лет дала мне том «серого» десятилетия. Сначала «Бедные люди» и «Неточка Незванова», потом и до «Идиота» дошло. А уже в аспирантуре мне предложили заманчивую тему «Достоевский в американском литературоведении», но до защиты не дошло из-за обострения холодной войны и моего упрямства — не дала себя использовать в пропагандистских целях. Достоевский тем не менее всегда со мной: и сегодня я фактически наизусть знаю тексты, могу мгновенно найти нужное место и в 30-томнике. В знак протеста против утверждения мужа-художника — зачем дома книги, если есть Ленинка? — на первую аспирантскую стипендию купила 40-томное собрание сочинений, издательства Маркса, только не того, а книгоиздателя. С радостью принимаю участие в «достоевских чтениях» Игоря Волгина. Но и Толстой значит для меня очень много: ощущаю по ревности, которая преследует из-за экранизаций и постановок «Анны Карениной», я их отслеживаю и, бывает, «отстреливаю». Впрочем, совсем неожиданный спектакль Дмитрия Крымова «Сереза» в МХТ им. Чехова очень мне понравился — свободой и глубиной понимания толстовских смыслов.

— Какова роль критика сегодня? Какое значение он имеет для современного литпроцесса? И вообще он для кого больше необходим: для читателя, чтобы сориентировать его в море книг, или для писателя, чтобы помочь его профессиональному росту?

— У критики сегодня много ролей, да и сама критика многолика. Я читаю спецкурс и веду спецсеминар в альма-матер, на филологическом факультете МГУ — по теории критики, говорим о критических жанрах, от рецензии до блога. Критик сегодня стал менее зависим (если он, разумеется, не ангажирован), стал самостоятельной фигурой в литературном пейзаже — почти как куратор в изобразительном искусстве. Считаю, что критика тоже литература, как проза или поэзия; но у критика сегодня (да и позавчера, только тогда в уродливых и страшных формах, когда статья могла быть, в сущности, доносом на писателя) есть еще искушение властью. Над умами читателей — над судьбой книги, если не писателя. На самом же деле критик пишет небу, адресуясь и всему читающему и пишущему сообществу, а уж до кого дойдет, о том знают лишь литературные боги.

Без института критики литература предстает аморфной, критика снимает строительные леса, обнаруживает под ними смыслы и контексты, ставит акценты, связывает текст с текстом, перекидывает воздушные пути и деревянные мостики, показывает читателю глубину кадра. Или не делает всего этого, замечу на полях. Ну и оценивает, конечно. Куда деться. Пословица моего авторства: скажешь правду — потеряешь дружбу. Литературоведу легче — он пишет для академической науки, ученых, таких же, как он. А критик — он(а) либо создает свой канон, порой ошибаясь, конечно, либо фиксирует процесс книгоиздания (книжные критики). Первая ближе к философии и поэтике текста, вторая — к прагматике чтения. Но мамы всякие нужны. Сейчас, в связи с огромным размером книжного рынка, вторые вроде бы нужнее: они связаны с цепочкой автор — книга — книгоиздание — магазин — продажа — читатель. Здесь иные составляющие, из которых главная — продажи потребителю, успех на рынке. Маркетологи еще важнее книжных критиков, если говорить об этой цепочке.

Вот еще на что стоит обратить внимание: изменился сам лексический состав критики, терминология, понятия стали другими. А многие из прежних пора сдавать в «устар.» — метод, литературный про-

цесс и т.д. Расширение словарного запаса критики питается из разных источников: профессионально-филологической терминологии, свободной эссеистики, интернет-понятий, живой речи. Вполне возможны стилистические неожиданности: «зудящая современность», «несловесный воздух», «биографическая травма». Образность тут не мешает, а помогает раскрытию смысла: оцените — «текст — косточка», по которой словесный палеонтолог восстанавливает скелет произведения. Мне это точно ближе, чем всякие там «перехватывает дыхание», «молодо и звонко» и прочие перлы критических текстов. Выжигаю их в нашем журнале каленым железом — но иногда просачиваются.

— **Серьезная критика ютится нынче на страницах «толстых» журналов и, разумеется, не имеет широкого читателя. Возможно ли сделать ее более доступной или это вовсе ни к чему, и она должна оставаться элитарным искусством для избранных?**

— Не соглашусь категорически с оценочным «ютится» и «разумеется, не имеет». Присутствует — и занимает значительное и очень важное место не только в традиционных журналах: многоаспектная, полемическая, многожанровая и многоголосая. В формате эссе, статей, колонок рецензий, литературно-критических комментариев (в особом смысле слова — пример «Комментарии» Аллы Латыниной), обзоров, реплик, портретов, ироничных замечаний на полях, насмешливых и порой полных яду аннотаций, литературно-социологических наблюдений над читателем и философских размышлений об авторах. Особое достижение — авторское жанровое клеймо, каким был жанр «Гедройц» в «Звезде» Самуила Лурье, увы, его уже нет на белом свете.

Я вообще начинаю читать журналы «с конца». Перечислю рубрики «по интересу»: «Периодика», «Книги», «Книжная полка», не говоря уж о традиционной «Рецензии». Обзоры в «Новом мире», «Конференц-залы», «Дискуссии», «Номенклатура», «Наблюдатель» и «Переучет» в «Знамени». Высокоинтеллектуальная «Игра в бисер»? Нет, все эти разделы прагматичны: более 300 книг и того же числа публикаций отмечается за год, и если кто-то за чем-то не уследил, получит здесь отбор и отчет. Так же и в «Дружбе народов». В «Вопросах литературы» есть рубрика, всегда читаю — «Литературное сегодня»; в «Звезде» — «Читать нельзя ругать». При этом разные критические жанры существуют не сами по себе, а в контексте движущейся словесности журнального мегапроекта, что уникально.

Энергичнейшим образом работают критики в интернет-журналах и на интернет-порталах «Медуза», «Горький», «Textura», «Литература», «Полка»... К сожалению, на Colta.ru стало гораздо меньше критики (литературной, театральной, кино-), чем было у ее прародительницы OpenSpace. Критика доступна и на сайтах журналов, и ЖЗ скоро возобновит новые поступления, наконец, — надо видеть этот мир, переливающийся и разнообразный, выплескивающийся в «Фейсбук», где нельзя без book, обсуждений и отзывов, иногда зашкаливающе ругательных... Но ведь

все — к славе. Литература — наш общий капитал, а тут все бывает: не исключена и инфляция, тем более в условиях агрессивного «створаживания» литературы и чтения в интересах других средств развлечения. Ведь время у потребителя не резиновое — он(а) либо с книжкой посидит, либо на попсу подсядет. А обратной дороги никто не знает.

— **Что важнее, по вашему мнению, в анализе произведения — подробный литературоведческий разбор, претендующий на объективность, или субъективное восприятие произведения критиком, делающим выводы на основании исключительно своих личных предпочтений?**

— Завидую коллегам-критикам из параллельных миров искусств: театральной критике, балетной, оперной, музыкальной. Например, если речь идет о балетном спектакле, критик обязан отметить (и отмечает, это входит в профессию) недостатки и достоинства. Отзыв о «звездном» балете должен быть точным в анализе (даже на малом газетном пространстве). Куда «свалился» танцовщик, к какой кулисе, не сказать нельзя — или уходи из профессии. Какое «ля» не взял тенор? Какое фуэте не довертела прима? Придирчивость и аккуратность в оценках. А у нас, в литературе — все великие. Без оттенков. Об анализе и не спрашивайте. Рецензии в газетах — как тосты на свадьбе или слово на поминках. Надо не «претендовать на объективность», а быть независимым, не бороться за чистоту, а не сорить, исходить из мастерства, поэтики, языка и стиля, а не из «темы и проблемы». А субъективность критики никто не отменял — она основана на бэкграунде, образовании, вкусе критика. Субъективность — не ангажированность, второе резко хуже. Как обслуживание (рекламное) книгоиздательских интересов. А они устраивают агрессивный пиар, в том числе в виде наката рецензий — иногда с участием критических перьев. Скрипят и пишут. Книга еще на выходе, а восторги залили поляну.

Куда ж деваться — приходят в критику и люди, лишенные слуха. И вкуса. И действуют на основе корпоративных соображений. Коррупция в литературном мире тоже есть, в том числе «коррупция дружбы». В общем, «Такова литературная жизнь», как я назвала свою последнюю книгу, выпущенную Б.С.Г.-Пресс.

— **Как вы относитесь ко все возрастающей популярности книжных блогов и различных сайтов, где публикуются читательские отзывы на книги? Не являются ли они своеобразным суррогатом критики?**

— Читательские отзывы — отдельно, книжные блоги — отдельно. Читательские рецензии бывают милыми и наивными, но не все читатели — таможенники Руссо, и такие отзывы чаще всего суррогат. Книжные блоги (и видеоблоги), безусловно, полезны прежде всего популяризацией чтения как процесса. Хорошенькие модные девушки дают рекомендации. Сделаем чтение модным, как я! Но есть и люди, которые делают это профессионально — Дмитрий

Гасин, например. Вернусь к «наиву»: при всей любительщине «читательские отзывы» не вредят ничему, кроме вкуса. Не надо только путать их с критикой профессиональной, как и поэтов-любителей надо относить к «самодеятельному творчеству», а не к литературе.

— **Как вообще, на ваш взгляд, интернет влияет на современную литературу?**

— Способ доставки текста может быть любым. Интернет ускоряет доставку слова к читателю. Я предпочитаю книгу — тем более что для успешной работы критику нужно отмечать что-то для себя, листать текст назад в поисках необходимого фрагмента. Но я ежедневно обращаюсь к интернету за справками, уточнениями, проверкой по разным сопоставляемым мною источникам; за комментариями и литературными новостями. После того как у меня сгорела дача вместе с библиотекой, я подумала, глядя на пожар: слава богу, есть интернет и его библиотеки, иначе я бы погибла. Если не могу найти текст у себя дома — отправляюсь в интернет. Почти ежедневно (а то и несколько раз в день) появляюсь в «Фейсбуке» со своими впечатлениями и комментариями. У меня множество друзей-подписчиков — больше, чем у журнала «Знамя». Но внимание: если интернет проникает в устройство самого текста (кокетничает по форме с СМС или социальными сетями), то это может ускорить его забвение. Ничто так быстро не устаревает, как технологии. Вот где ЖЖ, Живой Журнал? А как был моден!

— **Если говорить о парадигме советской литературы, то она существует как некий сложный, во многом противоречивый феномен. Как бы вы охарактеризовали современный литпроцесс? Какие ключевые имена его определяют?**

— Единого литературного процесса после 1917 года никогда не было, даже в советские унифицирующие годы, когда были «советские писатели» и «писатели советского времени», а между ними чемодан андеграунда (и эмиграции), а теперь тем более. Еще в 90-е было отмечено фрагментирование, дробление, мозаичность как характеристика литературной ситуации. Русская «вселенная буков» состоит из множества множеств. Есть «Стихи.ру» — и они не пересекаются со стихами Anthologia или «Московского счета», «Ариона» (ныне проект завершённый), «Воздуха», и наоборот, хотя и там, и там можно было найти и стихи, и так себе. Каждый вечер в Москве и Петербурге проходят десятки литературных чтений — кому-то обязательно надо почитать на публику, тоже состоящую из поэтов. И они ходят, читают, слушают. А есть писатели, которым публичность появления противопоказана. Разная стратегия творческого поведения. Опять же — такова литературная жизнь.

Еще один факт: в литературе сегодня действуют лица пяти поколений. «Плодоносящие» классики, которые постоянно прирастают новыми текстами, книгами: без их новых вещей современный литературный пейзаж немислим. Теми, кто помладше, никого не буду называть, не хватит места, чтобы

никого не забыть — литература сегодня населена, даже перенаселена («я бы сузил»). Каждый ловит свой шанс, каждый может издать книгу. Нет дефицита писателей — есть дефицит читателей. Одну из своих книг я назвала «Русский крест» (наподобие демографического — когда больше смертей, чем рождений) с подзаголовком «Писатель и читатель в начале XXI века» — писателей все больше, читателей все меньше. Впрочем, этот «крест» не только русский.

И еще: для литературы мертвых нет. Мы работаем в присутствии не только Толстого и Достоевского, но и Владимира Маканина, Андрея Битова, Владимира Шарова, — они уходят, но мы с ними не расстаемся. Связь очень сильная, я ее ощущаю.

— **Вы много занимались Юрием Трифоновым. В чем его уникальность? И почему вы считаете его одним из самых крупных писателей второй половины XX века?**

— Юрий Трифонов уникален своим художественным миром, «временем и местом», как назывался его последний роман. Один из самых крупных, выдающийся писатель второй половины XX века, входит по недавнему опросу в пятерку лучших. Он наиболее адекватно из всех писателей написал портрет и судьбу первого советского поколения, рожденного отцами-революционерами, запечатлел память и крушение этой цивилизации. Огромные иллюзии — и их утрату. Он для меня уникален и интонацией, «виолончельным голосом» повествователя, горечью, с которой писатель проанализировал тех, чья молодость выпала на распад советской мифологии. Пожалуй, самая сильная вещь о годах позднего сталинизма — «Дом на набережной», притом что там в тексте нет даже упоминания Сталина. Он оперировал на себе — советское время протекало через него.

Целых два года я вела в Новой Третьяковке цикл вечеров под названием «Антология русского рассказа» (в программе «Ваш XX век»). Перемещаясь из зала в зал в соответствии с десятилетием XX века (отраженным в живописи), я рассказывала об истории нашего общества через прозу. Эти устные лекции — тоже критика, жанр, очень востребованный сегодня, знаете, почему? Потому что ты думаешь о литературе и вытаскиваешь смыслы на глазах аудитории, живу. В литературе позднего советского времени для писателя (который «хотел быть честным», помянем еще Владимира Войновича) существовало три пути, как для витязя на распутье на известной картине: тамиздат, самиздат и, если писатель хотел быть легальным и печататься, поиск своего языка и стиля, своих уникальных художественных средств, которые помогли ему совершать обходные маневры цензуры, при этом (без потерь) обретая новое художественное качество. И вот настоящий Дом на Набережной, названный так Юрием Трифоновым, стоит в городе напротив Кремля, как памятник его прозе. И советскому веку.

— **Кого печатает сегодня журнал «Знамя»? Есть ли у издания определенная идеологическая позиция? Или произведения выбираются**

исключительно с точки зрения художественных достоинств?

— Журнал «Знамя» открыт талантливым авторам всех поколений, в любых жанрах фикшн и нон-фикшн, кроме драмы и поэмы. От знаменитых до начинающих. Нам понравилось «креативить», создавать номера. Мы это и раньше делали — выпуски ноябрьские, к любимой ярмарке Нон-фикшн, всегда были непривычными. «Целевыми» — но это все-таки неточно. Номер «Непрошедшее». Номер «Ультра-фикшн». Был у нас и № 1001, это правда, одна тысяча первый прописью, в апреле 2014-го, «лауреатский», наши лауреаты представили по короткому тексту в номер, спасибо всем. Устраиваем презентации, выход к живому читателю, дискуссии. Особым вниманием сопровождался выпуск «Памяти Оттепели» (август 2018-го). Мартковский выходит под цепляющим внимание слоганом «Юность — это возмездие», слова Ибсена, взятые Блоком в качестве эпиграфа к поэме 1913 года. Номер молодых и о молодых, не только писателях. Сейчас продумываем еще.

Решает прежде всего уровень текста, художественный. Ну и уровень сознания автора — проза все-таки, как нам завещал Пушкин, требует мыслей и мыслей. Тем более критика. Ну и поэзия не то что бы глуповата (*смеюсь*). Мы открыли еще один раздел — «Общество. Культура». Здесь тоже без мыслей не получится. Любим, чтобы нам вдруг гневно сказали — как вы могли? Последний случай — два отзыва на книгу критики Галины Юзефович — поднялась буря, пути не разглядеть, — буря, беда, барин, метель! Включился во всю мочь «Фейсбук». А пропаганда, тем более человеконенавистническая и агрессивная, у нас не имеет шансов. Включая, разумеется, агрессивный национализм и фундаментализм. Шедевров не напасешься, а достойных произведений хватает. Конечно, сейчас, да и вчера, мы рискуем, то есть предоставляем возможность печататься произведениям не всем понятным, архаичным, сложным по поэтике. Сложность авторского мира увлекает, а не отталкивает: Михаил Шишкин, Владимир Шаров — вот наше эстетическое направление, если его персонифицировать. Олег Чухонцев, Сергей Гандлевский, Михаил Айзенберг, Максим Амелин, ушедшие от нас молодыми Денис Новиков, Борис Рыжий, молодые из Екатеринбурга, с нашего семинара, чудесные рассказчики и благородные люди — самая разнообразная компания авторов. В отборе поэзии мы скорее «смысловики», но так, как об этом писал, что вкладывал в это определение Мандельштам. Я много занималась Пастернаком, выпустила о нем и его соседях по времени три книги и восемь телефильмов, вот мои ориентиры. И для журнального отбора.

Позиция журнала едина, при всем несходстве конкретных вкусов. Мы светский журнал с гражданским лицом. Что касается идеологии, это либерализм в его классическом понимании, несмотря на всех собак, которые на это слово навешивают. (Впрочем, собак, вернее, бронзовых собачек мы навешиваем

на наших лауреатов на елке и староновогодней церемонии в Овальном зале ВГБИЛ.) Собака на шее.

— С 2002 года в «Знамени» была учреждена премия Белкина. Что с ней стало? Почему она прекратила свое существование?

— Эта премия за лучшую повесть года — премия Ивана Петровича Белкина — была учреждена не «Знаменем», а лично мною. Мой проект. Это была важная для прозы жанровая премия за журнальный формат (издатели предпочитают толстые романы). Финансовую поддержку осуществлял ЭКСМО, затем Президентский центр Ельцина, за что им огромное спасибо, но потом финансирование прекратилось. Банальная история. Но печально то, что исчезли все жанровые премии — за рассказ (имени Юрия Казакова), за повесть, теперь и за роман («Русский Букер»). Оскудение — плохой симптом. Сюжет упрощения, по термину Владимира Маканина. Упрощения литературного пейзажа. Так исчезают холмы, речки, рощи, а вместо них возникают огромные жилые-нежилые комплексы. Процесс повсеместный. А премию Белкина (она вручалась на Масленицу в Музее Пушкина, с икрой и блинами) получили Татьяна Толстая, Владислав Отрошенко, Марина Вишневецкая, Валерий Попов, Леонид Зорин; среди финалистов имена Андрея Дмитриева, Ольги Славниковой, Эргали Гера, Марины Палей, Ильи Кочергина, Маргариты Хемлин; диплома «Станционный смотритель» были удостоены Алла Латынина, Евгений Ермолин, Инна Булкина, Андрей Немзер, Андрей Василевский. И даже... Тимур Кибиров. Еще я придумала здесь подпремию «Гробовщик» — для тех, кто хоронит журналы, критику и вообще литературу. Даже нашла такой ящичек с гвоздями. Но ни разу не вручила. Хотя руки чесались.

— Как вы вообще оцениваете состояние премиальной системы в России? Какие вам видятся в ней изъяны и что, напротив, радует?

— Премий в России на первый взгляд много, на второй — мало. (Во Франции их около полутора тысяч, у нас примерно треть.) Много «малых» премий по городам и весям, отличающих, скажем прямо, небольшие достижения. Это как эффект «учрежденческой красавицы». Ну и ладно. А вот серьезных, размечающих литературную карту, немного и, главное, становится все меньше.

Кроме того, что 10 лет я вела «Белкина», в течение пяти лет я была председателем жюри российско-итальянской премии «Белла». Кстати, именно у премии «Белла» новорожденная премия «Поэзия» «увела» систему номинаций. Я участвую в работе жюри «Большой книги», вошла в жюри новой премии «Поэзия», в прошлом году была членом критического жюри премии «НОС». Внимательно слежу за «Ясной Поляной» и «Нацбестом». Очень важны ежегодные «журнальные» премии за лучшие публикации года.

— Какую бы придумали премию лично вы, если бы была такая финансовая возможность?

— Я бы возобновила «Белкина», там отлично продуман весь механизм премиального сюжета. А еще — у меня есть грандиозный проект. Проект

сейчас на стадии обсуждения. Если что-то реальное из моих переговоров и получится, обязательно приглашу на пресс-конференцию.

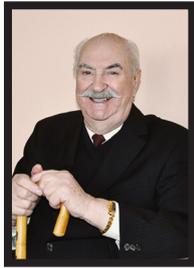
Больше премий — больше поддержки писателям. Да и читателям, и издателям тоже: книги и их авторов надо знать в лицо.

<http://lgz.ru/article/-11-6683-20-03-2019/vsya-eta-kritika-vsye-eto-kritika/>

«ЛГ»-досье

Наталья Борисовна Иванова — литературный критик, первый заместитель главного редактора журнала «Знамя». Доктор филологии, профессор кафедры теории литературы

и критики филологического факультета МГУ имени Ломоносова, член Литературной академии, член Американской ассоциации содействия развитию славяноведения. Автор множества статей и эссе, переведенных на разные языки мира, участник международных литературных конференций, выступала с лекциями в США, Франции, Швейцарии, Великобритании, Польше, Японии, Китае и других странах. Автор множества книг, в том числе: «Гибель богов», «Смех против страха, или Фазиль Искандер», «Ностальгия. Собрание наблюдений». «Пастернак: времена жизни», «Русский крест. Писатель и читатель в начале нового века», «Феникс поет перед солнцем», «Такова литературная жизнь». Лауреат Царскосельской художественной премии, премии «Бродский на Искье» и других.



Его свеча не догорела...

1

Павел Андрианович Вислогузов. Очерк «Пока свеча не догорела», из одноимённой книги. Цитата, что и говорить, весьма длинная. Но — и весьма ценная. Даже — необходимая. Лучше самого писателя здесь не скажешь.

«В середине декабря 2001 года приснился мне сон. От дуновения тёплого ветерка приоткрылась форточка, а через неё в спальню проникла и достигла моего слуха короткая речь, предельно отчётливая, ясная, категорично-настойчивая и в то же время как-то просительно и доброжелательно звучащая. В жизни мне не приходилось встречаться с такой фонетикой. Это было нечто необыкновенное. Фраза ласкала слух, выражала надежду, звала вперед и наливала меня благодатной силой. Она произносилась сразу троем дорогими мне существами, но в едином лице, в одном цельном звучании. В ней слышалась четкая интонация старшего сына Юрия, добрая мелодичность голоса отца и нежная требовательность жены — Октябрины Григорьевны:

— На исходе первый год нового тысячелетия. Наступила пора писать. На потом не откладывай. — И единый волшебный звук отца, сына и духа в образе моей верной подружки смолк.

Зато поднялась в моей душе волна вдохновения. И я утром следующего дня сел за письменный стол. Через год вышла «Точка опоры». А далее пошло само. Вон, оказывается, как! В подсознании, как в надежном хранилище, до поры зрела готовность к созданию книг. Требовался толчок, сильный и требовательный. И он состоялся, вырвавшись оттуда же, из вполне реальной, хотя и малоизученной субстанции».

2

А ещё одна — реальнейшая! — субстанция — жизнь, отданная созидательному, земному труду — именно земному. И общению с простыми, земными (но в большинстве не приземлёнными!) людьми.

Да, поначалу он сомневался: а стоит ли писать о себе. Кому интересны «рассуждения постороннего и совсем незнакомого человека?». В итоге сомнения отпали: «... А книги? Ведь ни один автор, будь он совсем неизвестный, или маститый классик, не спрашивает публику, нуждается ли она в его творении, жаждет ли выхода его из печати. Автор создаёт произведение прежде всего для себя, самовыражая вынашиваемую идею, самоопределяясь и самопредъявляясь». Такая позиция, безусловно, далека от эгоистичного

самолюбования. Ведь, по Вислогузову, книжные герои, «действуя на жизненной арене, и читатели, пробегая главу за главой, невольно оглядываются на создателя... в надежде получить прочную поддержку в острых ситуациях, увидеть светящийся лучик сквозь нависающий мрак...». А это накладывает очень непростые моральные обязательства. И потому автор добросовестно и доступно стремится осветить проблемы как традиционные, так и появляющиеся неожиданно. В первую очередь через людей, повстречавшихся на пути. И, конечно, анализируя, проверяя самого себя.

Вислогузов никогда не сомневался — стоит ли писать о человеке. Писать, конечно, не ради летучей моды, а ради того сверкающего маяка, «который, по мере приближения к нему, как линия горизонта, отдаляется от нас и зовёт за собой, не позволяя отставиваться где-нибудь на полпути и, упаси Боже, не повернуть вспять». Идеального маяка культуры...

Человека из народа, подчёркивает автор, представителя глубокой провинции, так же, как интеллектуала более высокой пробы, волнуют общие проблемы. Многие встречались на его пути — провинциалы и интеллектуалы, защитники и клязники, труженики и лентяи, творцы и разрушители. Хотя, конечно, люди светлые встречались чаще. Они — не вымышленные, не собирательные образы, но реальные люди с почти всегда подлинными именами и фамилиями — «не случайно подвернувшиеся под руку персонажи, а яркие личности, оставившие или оставляющие после себя глубокий след созидания». Увы, память человеческая коротка. Именно потому рассказанное просится на страницы книг, чтобы не развеяться по ветру и не превратиться в прах.

Трудно даже бегло перечислить здесь, в очерке, героев вислогузовских книг. Ведь их сотни! И жизнь каждого из них по-своему интересна. Она постоянно требует, ждёт продолжения во времени — доброго слова, книжного продолжения, увековечивания — ради сохранения опыта, знаний, чувства собственного достоинства, в конце концов. Какую страницу ни открой — практически каждого человека Вислогузов обрисовывает мастерски, по меньшей мере — несколькими штрихами. А уж если он берётся за очерк, а тем более за книгу!..

И всё же — попытаемся перечислить, хотя бы и бегло. Думаю, не обидятся те из ныне живущих, кто остался за рамками перечисления, понимая,

что всех упомянуть невозможно, как бы ни хотелось. Да судьбы их и так уже запечатлены и будут, пока движется мир, жить на книжных страницах. Только бы они читались почаще, эти замечательные книги!..

Итак, попытаемся.

Поэт Алексей Тимофеевич Прасолов. Журналист Алексей Иосифович Багринцев. Учёные Леонтий Григорьевич Раменский, Михаил Иванович Неназов (Воронежской опытной станции по многолетним травам посвящена книга «Верность земле»). Педагоги-руководители Фёдор Васильевич Дорофеев, Василий Сергеевич Мозговой, Григорий Арсентьевич Корецкий, Виталий Иванович Тонконогов, Николай Николаевич Дегтярёв (Павловскому техникуму посвящена книга «В ногу со временем»). Ветврач Семён Михайлович Кокорев. Комбайнёр Иван Романович Шубин. Краевед, педагог Иван Иванович Ткаченко. Пушкинист Дмитрий Фёдорович Солодовченко. Директор Павловского судоремзавода Фёдор Лукич Гайденко. Партийный руководитель Олег Кириллович Застрожный. Доярка Наталья Яковлевна Солохина. Свиноводы Василий Михайлович Алехин, Мария Тихоновна Шарунова, Раиса Сергеевна Шевченко. Лесоводы-руководители Александр Андреевич Шамаев, Иван Иванович Лубашевский. Ученый-селекционер Евгений Николаевич Седов. Председатель колхоза Григорий Тихонович Турусов (его жизни посвящена одноимённая книга). Врачи Иван Георгиевич Менжулин, Александр Петрович Овсянников. Педагоги Александра Степановна Котлярова и Василий Пантелеймонович Дуров. Скульпторы Иван Павлович Дикун и Эльза Николаевна Пак... И многие, многие другие достойные люди! Достойные в том числе потому, что их судеб коснулось перо Павла Андриановича Вислогузова. А уж он за свою долгую жизнь научился разбираться в людях...

3

Обратимся теперь к внешней канве, к биографической, так сказать, составляющей, и пройдемся, хотя бы наскоро, по дороге, которой довелось шагать герою нашего очерка — Павлу Андриановичу Вислогузову.

— Я счастливый человек, везучий! — с тихой, тёплой радостью на склоне лет в своей вершинной вещи «Пока свеча не догорела» признается автор. Потому что место рождения — старинное русское село с богатой историей и прекрасными традициями — воронежская Гороховка. «Замечено давно, что непосредственно соприкасающиеся поколения... в процессе жизненного взаимодействия делают друг друга лучше, чище» — справедливо говорится о семейных ценностях в книге «Люди и судьбы». Крестьянскому укладу — укладу своей семьи, безусловно, заслуживающей самого глубокого уважения по труду своему и по царящей всегда «дружбе взаимосплоченности и взаимоподдержке», Вислогузов много страниц уделяет и в прекрасной автобиографической книге «Точка опоры», а позднее и в книге «12 поколений родословной» (род — ни много ни мало — с XVIII века чётко прослеживается!).

Дед по отцовской линии Емельян Сергеевич Вислогузов — природный хлебороб. Сложение имел, как и все Вислогузовы, богатырское, а надел — небогатый: и по качеству почвы (супесный), и по площади. И поэтому был он вынужден влачить тяжёлую крестьянскую долю, да ещё и наниматься с семьёй к Писаревскому помещику на чернозёмное правобережье Дона за очень небольшую часть урожая. В хозяйстве была лошадь, пара волов, мелкая живность... А семья-то была не маленькая — состояла она из двадцати человек! Ко времени революции бабушка Арина уже отошла в мир иной. А трое старших сыновей, включая отца героя нашего очерка, были женаты и имели потомство. Очень небогато жили Вислогузовы, да еще к тому же старшие братья воевали. Попробуй деду, пусть и вкупе со снохами, справится с такой оравой! После ранения и излечения в госпитале Андриан, отец Павла, и еще один брат вернулись домой... Дед, наконец, дождался подмоги...

Но — грянула Гражданская. Ушли в красногвардейский отряд четыре сына — Прокофий, Андриан, Егор, юный Ефим и два внука, дети старшего сына, Харитона — юные Владимир и Федот. Снова воевали, получали ранения, гибли...

А тут форсировали Дон денкинцы, и во двор дедовский заглянуть не преминули, чтобы забрать все хотя бы мало-мальски ценное. Перетрясли скудный скарб. Поставили деда к стенке и начали допрос — где оружие? где сыновья? И это несмотря на жалобные крики женщин и детей... А после развели костёр, и прикладывали к стариковскому телу раскалённый штык. Били шомполами. В конце концов привязали к бороде горящий пучок соломы...

Каратели ушли, забрав со двора лошадь с упряжью. А дед так и не поднялся больше на ноги и вскоре от мук скончался. Вот и стбит ли, спрашивает П. А. Вислогузов, так до старости и не примирившийся с мученической смертью деда, так бездумно, следуя моде, поклоняться Деникину, Колчаку, Врангелю и иже с ними? Ведь они к тому же проиграли Первую мировую... И тут же задаёт резонный вопрос, кто такой истинный народный герой. И отвечает, что выдвинувшиеся из глубин народа Ворошилов, Будённый и подобные им оказались непобедимыми и достойными не насмешек, а преклонения. «Но как бы ни преподносились революционные события и время их свершений пишущими и комментирующими под хоругвью нынешней демократии, народ по-своему воспринимал революцию... Оттого-то революция и победила, что была всецело понята и поддержана народом». А вообще, Вислогузов, как это ни тяжело израненной душе, выступает за поиск того, что сближает и примиряет враждующие стороны, а не разъединяет...

По материнской же линии дедушка, русский богатырь и кулачный боец Иван Егорович Проскурин, по-уличному Карась, прозванный так за свою изворотливость и стойкость в бою, и бабушка Алёна Ефимовна, урожденная Брагина — тоже потомственные гороховские крестьяне, в поте лица добывавшие свой хлеб. Жили по-доброму, готовы прийти на вы-

ручку каждому попавшему в беду. И растили сами восемь детей — которых надо накормить, одеть, обууть да впоследствии женить, выдать замуж. И все те же в хозяйстве пара волов, да лошадь, да корова. Потому пришлось Ивану, не могущему податься от семьи на заработки, освоить сапожное и шорное дело. Трудолюбие и трезвость помогали содержать семью в достатке. Страшный голод 1921 года и тиф свалили Ивана Егоровича, и едва перевалив полвека своей жизни, он скончался. Хозяйство, дети (к тому времени выжили 15-летний сын и три малолетние дочери) — всё легло на плечи бабушки.

И начались вдовьи печали и унижения. Стойкой она оказалась — выдюжила. И до последней минуты слёзы прятала, не жаловалась, и успевала на помощь прийти, расспросить, подбодрить семью, развеять страдания. Павел Андрианович рассказывает к месту случай, от которого мурашки по телу бегут. Бабушка и в старости ходила на большие расстояния, по нескольку десятков километров степными дорогами на станцию в Россошь, Митрофановку, стремясь увидеть разлетевшихся по свету дочерей. В помощь ей была обыкновенная высохшая палочка. И вот однажды между хутором Донским и Новой Калитвой увидел её пасущийся бугай, а они очень злопамятны, и накинулся, приняв за старую обидчицу. Спасло бабу Лену только то, что поблизости нашлась глубокая узкая промоина, и она легла туда на спину, вжалась, положив на себя посошок. Свирепо ревуший бугай, дико вращая глазами и роняя клочья пены, бесился, но не мог причинить никакого вреда своей неповинной жертве. Так она и отлежалась, пока жажда не погнала быка к речке. И брату Павла Андриановича, внуку своему Николаю добрый совет дала — и он, однажды так же застигнутый, принялся очень быстро пригоршнями бросать песок в глаза бугаю, тем и спасся.

Старшей дочерью Алёны Ефимовны и была Евдокия Ивановна, мама Павла Андриановича. Евдокия и Андриан поженились, едва им исполнилось по восемнадцать лет. Парню, с детства привычному к труду, по зиме довелось быть со старшими братьями на заработках в Киеве, а тут письмо от отца: «Мол, женись поскорей, сын, и невесту мы уже тебе приглядели. Красивая, ласковая девушка, работающая...». И вот в церкви на богослужении Андриану впервые показали невесту. С первого взгляда очень они друг другу приглянулись: и видный жених пришелся по сердцу, и зардевшаяся невеста. И без малого семь десятилетий были прожиты в мире и согласии. Прожили они, не осуждая никого, не навешивая ярлыков. Трудные, тревожные времена пережили — и голод, и войны, и многие потери. Пережили! Ведь пишет Вислогузов, «семья предполагает не только материальную обеспеченность, но и тот особый дух, который присущ людям в процессе тесного, порой труднообъяснимого общения. Дух, сплачивающий семейный союз и делающий его нерасторжимым и нерасчленимым. Именно в семье, в малой социальной группе, наиболее полно реализуется личность». Жизнь закалила обе ветви рода. И — трудились Ан-

дриан с женой Евдокией до конца, потому что без труда, без родной земли жизнь свою не представляли...

Да разве всё перескажешь? Уместишь в малый очерк (пусть и не совсем малый)? К тому же, как охватить все поколения, чтобы не обидеть никого незначай? Разве только самое выбрать, самое... А как его выбрать, если всё интересно, всё ценность представляет историческую? А надо ли — всё заново, если есть на свете книги Павла Андриановича Вислогузова, где вся жизнь огромной семьи и по отцовской линии, и по материнской расписана очень обстоятельно, тепло. Всё есть, всё запечатлено, и не раз, ведь автор не устает говорить о своей любви. И надо только откликнуться, потрудиться душой, прочитав то, что нам оставил этот достойный человек...

4

О Павле Андриановиче Вислогузове, как хозяине, педагоге, рассказать все-таки необходимо — очерк наш от этого только выиграет. Путь его нелёгок и — прекрасен своей цельностью и силой. Он — документ эпохи, документ силы человеческого духа. Хотя, думается, не всегда жизнь казалась самому Павлу Андриановичу столбовой дорогой...

Итак, по-возможности кратко, с начала.

Число и год рождения — 9 марта 1927.

Место рождения — село Гороховка Верхнемамонского района.

(Почти анкета... А сколько, думаю, довелось их заполнить Павлу Андриановичу? А сколько прочитать?..)

Штрих следующий — труд. Труд с самого детства, и потому он — самое раннее воспоминание. Ведь «труд — это естественное состояние личности, какой бы возраст она не имела». Труд, конечно, по возможности: то ведёрко малое из колодца с помощью мамы добыв, рассаду полить; то за чапигу плуга на пахоте подле отца подержаться; то телёнка на пастбище проводить; то травы для него нарезать коской-невеличкой, мешковиной с конца для безопасности обмотанной. А позднее, на второе десятилетие своей прозрачной жизни едва перевалив, проснуться пораньше да наносить десять вёдер воды в кадки для коровы, да десять пучков молочая нарубить для нужды домашней; да, уже ближе к вечеру, мешок травы для бурёнки нарезать, да полить луговую грядку луговой озёрной водой; да телёнка из стада не забыть привести. «По мере возрастания, естественно, обязанности усложнялись...».

Но не следует думать, что детство было — безрадостное. Огромную радость доставляло чтение приключенческой и классической литературы. Он безо всякого нажима в школе запомнил массу стихотворений. Особенно нравились Лермонтов и Маяковский, которого Павел очень любил читать со сцены. С радостью выучился играть в шахматы, и ему не раз доставались призовые места. Ещё одно увлечение — стрелковый спорт, и тоже с неплохими результатами. Было оно, счастье! Было! Примета того времени — «рождались идеи, загорались сердца и манили волшебные дали». А ныне, сетует писа-

тель — равнодушие к поэзии, живописи, музыке... Пресыщенность... И назовут ли нынешние дети, особенно обездоленные, своё детство счастливым?..

22 июня 1941 года дети проснулись взрослыми. Все как-то сразу посуровели...

К началу Великой Отечественной войны Павел, волами правя, уже второй год возит с луга силосное сырьё — осоку. С войной скрылось и его детство. Парнишку посадили на лобогрейку править лошадыми, пахать на волах зябь, косить да копнить яровую пшеницу. Прицепщик, тракторист... И — голод, и — бомбежки лихие... Всяко было. За самоотверженный труд в колхозе Павла даже премировали: дали котиковый воротник на дамское пальто! Забавно? А вот и результат: мама продала подарок в Россоши и на вырученные деньги — 800 рублей приобрела восемь стаканов соли. Сколько радости было, когда присаливали картошку!..

Закономерно было, по характеру, в 16 лет прошедшее членство в райкоме комсомола. И вот уже Павел — председатель районного комитета по физической культуре и спорту. Да разве не было сомнений? Были! Но были и характер, и чувство долга перед страной, перед семьёй, пред собой, наконец. И он не сдавался.

Потому столь проникновенны, сколь и выстраданы его слова о поколении подростков, чья юность пришлась на войну: «Это поколение видело смерть, льющуюся кровь, нечеловеческие муки из-за безвозвратных потерь, голода, холода, непомерные физические и психологические нагрузки. Для него свойственно чужую боль воспринимать, как свою, чужие раны — как собственное вскрытое пульсирующее сердце, жизнь своего современника — как свою жизнь и чаяние». В конце рабочего дня все валились, как подкошенные. Но никто не ссылался на свой полудетский возраст. Что говорить, если даже грянувшая война не сломила сложившихся убеждений и устремлений молодого поколения... Слова эти, из недавней цитаты, в полной мере относятся и к самому Вислогузову. Потому-то он и спешил «поведать о своих близких, старших современниках и ровесниках, сказать доброе слово и передать новым поколениям то неизъяснимое ощущение человеческой причастности к героике, ярким моральным устремлениям, повседневному подвижничеству...».

Была и двухлетняя служба в армии — по последнему военному призыву. 22 ноября 1944 года он, «худенький от хронического недоедания, посиневший от ноябрьского холода», под душераздирающие проводы ступил на военную стезю. В бою побывать так и не довелось, но искусство противотанкового боя освоено было.

1947 год. Новая школа жизни — ещё более серьёзная и фундаментальная. Очень нужная и очень трудная школа — ведь страна была разрушена войной. И она срочно требовала восстановления. Не только восстановления, как самоцели, — дальше должно было последовать мощное развитие производства. И потому душа, совесть патриота просто не могли остаться в стороне. Вернувшийся с войны Павел, теперь уже с полной основательностью — Андрианович,

не юнец неоперившийся, — сначала инструктор Ново-Калитвенского райкома партии, а далее, с 1950 года, занимает ещё более ответственный пост — возглавляет отдел пропаганды и агитации. Для него это было жизнеопределяющее время формирования как работника, так и личности. Партийная работа учила «работать с людьми, доходить до их нужд, оценивать поступки, не спешить с выводами...». И — стремиться к новому, и — закреплять его практически... Но хлопоты хозяйственные хлопотами, а учёба никогда не оставалась в стороне. Были ещё те, военные занятия в школе — под грохот войны, с долгими перерывами по здоровью, но — с отличными оценками. Позже — десятый класс по очно-заочной форме и педучилище одновременно. Филологический факультет Воронежского государственного университета. Курсы... Чувство обязательности, ответственность и, конечно, любознательность не позволили Павлу пропускать ни часа лекций, даже несмотря на высокую температуру и другие различные недомогания. Книги почтой из Москвы, Ленинграда, Воронежа приходили одна за другой. И засиживался он над ними далеко за полночь. Потому и закономерны были похвальные грамоты, памятные подарки.

А учёба в университете пригодилась, ещё как! Его наставниками были Валентина Ивановна Собинникова, Раиса Куприяновна Кавецкая, Сергей Георгиевич Лазутин, Анатолий Михайлович Абрамов, Полина Андреевна Бороздина, Анатолий Александрович Глухов, Бер Моисеевич Бернадинер, Яков Иванович Гудошников, Антонина Тимофеевна Абрамова... «Одно только общение с этими незаурядными людьми обогащает личность. А знания, которые давали эти люди, — ни с чем не соизмеримы и представляли свой особый, энциклопедический мир. Они давали мощный заряд сознанию, чтобы выстроить методологию для понимания и восприятия могучего творческого наследия человечества. Их труд для нас, учеников, являлся тем фильтром, который необходим для отцеживания накапливаемой информации и превращения её в прочный сплав разума. С великой благодарностью вспоминаю своих учителей по университету...» Такими полными признательности словами на склоне лет умудренный радостями и бедами человек признается в своей любви к альма-матер. И выводит для себя ряд основополагающих принципов: учиться надо всю жизнь; в учении не допустим самообман; в любых сложностях и потрясениях победу одержать помогут только знания. Да, умение разобраться в ситуации, в душе человеческой, широта и глубина взглядов — все это заложило всестороннее образование. А постоянная практика — развила. Гуманитарное образование не только не препятствовало впоследствии общению с простыми колхозниками, составлявшими, бывало, двухтысячный коллектив, но и всемерно способствовало успешному решению задач.

Для отдыха оставались считанные часы. Но он учился — и на работе, и ночами — у книг. Тогда-то, в те послевоенные годы он делает первые шаги в педагогике: заведует вечерней партийной школой...

К 1950-му году, как вспоминает Вислогузов, ущерб, нанесенный сельскому хозяйству войной, практически ликвидировали. Но — требовались кардинальные меры по повышению урожайности. Началось повсеместное укрупнение колхозов. Для руководства требовались надежные люди. Сама судьба вела, подталкивала... А случилось всё так. В декабре 1953 года Павел Андрианович Вислогузов — секретарь райкома партии по сельскому хозяйству того же Ново-Калитвенского района, спустя несколько месяцев его закрепляют за Старо-Калитвенской МТС и семью колхозами. Кажется, работать бы, как и раньше, по накатанной, но — «интересы партийной работе отодвигались постепенно как бы на второй план, уступая место производству». У него всё сильнее «вырабатывалась потребность ощущать конкретный результат усилий». Конкретный — не бумажный! Хотелось конкретной работы. И вот, когда колхозники «Прогресса» попросили его в председатели — согласие тут же дал, и в июне 1956-го единогласно был избран в председатели. С этого времени и началось беспокойная, сложная, с радостями и огорчениями жизнь «тридцатитысячника» в селе Нижний Карабут, что на правобережье Дона...

Председатели-тридцатитысячники! Сколько на них возлагалось надежд! Эти большей частью компетентные, морально устойчивые люди направлялись партией в самые отстающие колхозы с целью их подъема и развития. Разное было. Многие старались изначально откеститься от такой работы, многие не справлялись. Вислогузов вызвался добровольно — и успешно справился со всеми трудностями. Помогли характер, глубокие знания людей, и, конечно, любовь к земле, идущая отсюда, с детства... Всю свою жизнь ощущая себя плотью от плоти земли, уже подводя жизненные итоги, он напишет: «Говорить о любви к земле, по-моему, так же нелепо, как о любви к своему телу, голосу, походке... То, что в этом случае подразумевается под любовью — естественное состояние».

А с января 1959 года Павел Андрианович Вислогузов — уже председатель колхоза «Дон» в селе Ольховатка Россошанского района. Ему очень не хотелось расставаться с полюбившимися карабутцами. Но в то время продолжалось укрупнение и образовался огромный колхоз «Победа» с площадью пашни 20000 га — и перемещение было продиктовано необходимостью. Колхоз же «Дон» к тому времени, как пишет Вислогузов, «дошёл до ручки». Но дисциплина в партии была строгая, и отнекиваться и торговаться возможности не предвиделось. «Считает нужным партийный орган направить на работу хоть к чёрту на кулички — идёшь не раздумывая». Хочешь, не хочешь — никто не спрашивает. Главное — нужно. А если не согласен — прочь с дороги, а то и из партии. Вот и пришли «новые работы, новые люди, новые встречи». И — новые свершения...

Павлу в те годы повезло встретить любовь всей жизни — обаятельную девушку Октябрину Турусову, и к тому же друга и единомышленника, делившую все радости и невзгоды. (Это об её отце, незаурядном

лискинском председателе колхоза Григории Трусове будет впоследствии написана книга). Поженившись в 1953 году, они прошли обок многие десятки лет. Ей, по профессии педагогу, учителю физики, пришлось, сопровождая любимого человека, переезжать из села в село, с квартиры на квартиру, переходить из школы в школу. Не успеешь осмотреться, обжиться как следует — снова переезд. Да ещё из прекрасной благоустроенной квартиры — в махонькую полузаброшенную хатёнку, где пол земляной, крыша соломенная, к тому же прогнившая. А тут пошли дети — Юрий, Галина, Владимир. Трудности за трудностями, хлопоты за хлопотами... Однако — счастье не никогда надолго не покидала их семью, и благодаря Октябрине Григорьевне быт превращался в радость. Всё постепенно налаживалось. Счастье, это «труднообъяснимое волшебное состояние души и сердца», по большому счёту, сопровождало их всю жизнь. Любовь побеждала все невзгоды...

И вот — в январе 1961 года — новое перемещение, теперь в колхоз «Страна Советов», что в Русской Журавке, в одно из крупнейших хозяйств области. Нашлось, наконец, место самой любимой, плодотворной и долговременной работы. За 17 лет руководства «годовое производство зерна увеличилось примерно на 70 процентов, сахарной свёклы — более 60, скота — на 16 процентов, молока — более чем в 2 раза, шерсти — в полтора раза... Основные фонды выросли почти до 5 миллионов рублей... Годовой чистый доход в тогдашнем исчислении превышал 650 тысяч рублей». Ушли от трудодня к нормальной ежемесячной денежной оплате труда, что пробудило интерес селян к работе. У колхозников появился выходной день, ежегодный оплачиваемый отпуск, различные пособия, пенсия. Были выстроены Дом культуры, детский сад, больница, аптека, школа, современные магазины (даже — книжный), комбинат бытового обслуживания, хлебопекарня, столовые, мельница, маслозавод... Повышалась культура и образование колхозников. И сами они активно строились. Успешно созидалась атмосфера обновлённого села. Не зря Вислогузов столько страниц с любовью посвящает русско-журавскому периоду своей судьбы в книге «Точка опоры»...

В 1962 году Верхнемамонский район был упразднен, и все его хозяйства, в том числе и «Страна Советов», вошли в Павловский район (впоследствии был снова отделён). Павел Андрианович вошел в состав бюро райкома, и, кроме этого, был избран членом обкома партии. А это — двойная, а то ещё и большая нагрузка и ответственность!.. Здесь, на павловской земле, в полную силу состоялось его плодотворное общение с первым секретарем райкома Олегом Кирилловичем Застрожным. Это был «практически идеальный образ руководителя»: преданный идее, скромный в жизни, широко образованный человек, фронтовик. «Все знавшие его помнят, что он любил литературу, искусство и в меру возможного делал всё для того, чтобы шедевры мировой и особенно отечественной культуры становились доступными людям труда. В период праздничных мероприя-

тий, в часы досуга, во время неофициальных встреч он любил читать стихи, петь. И не стеснялся этого. Почему-то некоторые считали, что стихи — не для крупного руководителя. Это явная ошибка. Ведь если можно обойтись без литературы, то почему не пренебречь музыкой или живописью, не «двинуть побоку» философию, историю? А с чем же надо оставаться? Производство, управление и экономика только при том условии приобретают силу, если вписываются в общую культуру и в её составе взаимодействуют с искусством, наукой, правом. И Застрожный это прекрасно понимал». Здесь нельзя не привести еще одну ёмкую цитату из очерка «Застрожный» — квинтэссенцию размышлений: «Застрожного нельзя рассматривать только как руководителя района, пусть даже обладающего немалым талантом в управленческой деятельности. Его промелькнувшую яркую жизнь можно было бы сравнить с волшебством, в котором совершались удивительные духовно-нравственные процессы с ним самим и со всеми теми, кто шёл с ним рядом, разделял его взгляды и был вовлечен в благодатную атмосферу надежд и свершений».

Годы шли — стремительно, плодотворно... В 1977 году Вислогузову было предложено занять место руководителя Павловского совхозтехникума. Ещё года за три-четыре до того момента поступало аналогичное предложение по поводу Острогжска, но Павел Андрианович, чтобы не покидать полюбившиеся «Советы» как бы в шутку обмолвился: «Вот бы Павловск...». Всё-таки поближе... Но эту фразу наверху не забыли. И вот сообщение: предыдущий руководитель освобожден по состоянию здоровья, требуется кандидатура педагога, и желательна бы из председателей колхоза или директора совхоза. Что и говорить: работа была заманчивой. Но срываться с места не хотелось. Ведь надвигался возраст закрепления достигнутого, а не начинаний, сколь интересны они ни были. Однако вышестоящие товарищи убедили: возраст для учебного заведения «самый подходящий: и силы не иссякли, и опыт есть». И здесь на Вислогузова нахлынули горькие переживания: ведь семнадцать лет было отдано любимому колхозу! Но — как всегда — пришлось согласиться.

Однажды Павел Андрианович сел в утренний автобус и добрался до Павловска, чтобы самолично осмотреть базу. Увиденное, мягко говоря, удручило. И он — снова отказался, теперь уже в категорической форме: «Ведь в запасе до пенсии — всего десять лет. Смогу ли вывести на учебное заведение на требуемый уровень...». Беседа была перенесена в обком. Конечно, опять «уговорили». И на последующее десятилетие Вислогузов погрузился в новую, по сути, работу — «учебно-организационную, методическую, хозяйственную и чисто производственную...». Тогда в техникуме трудилось около 150 преподавателей, да на производстве — около 500 человек. Многие, многое требовало отладки. Порой ему казалось, что всё это — кошмарный сон. Рабочий день начинался в 5–6 утра и заканчивался в 10–11 вечера. Бесконечные тревоги, бессонные ночи... Но постепенно появлялась уверенность — и снова начиналось трудное,

сложное — но восхождение. Оборудовались мастерские, отделялись кабинеты... А главное, теплело на сердце — ведь жена Октябрина Григорьевна тут же, в техникуме, трудится, преподаёт свой предмет...

1986–1987 учебный год — последний в директорской деятельности Павла Андриановича. Пришла пора заслуженного отдыха. Но, по сути, это произошло только на бумаге. Самое главное — обучение молодежи — осталось — ещё более чем на два десятилетия.

Все эти факты из жизни нашего героя, как и запечатленные им самим факты из жизни повстречавшихся на его пути людей, весьма важны: «Ведь из отдельных штрихов, граней, мазков оценивающе-созидательных шагов именно рядовых членов сообщества и выстраивается история» — так справедливо утверждает сам Павел Андрианович.

Вот потому-то и пришло, явилось вроде бы неожиданно, но все-таки закономерно не менее главное: книги. Пришло огромное желание дать пережитому вторую, более протяжённую во времени жизнь. За пятнадцать лет подвижнического труда было написано десять книг: «Точка опоры», «Люди и судьбы», «Верность земле», «Беспокойные сердца», «Сельские тропы», «Григорий Турусов», «Зарисовки с натуры», «12 поколений родословной», «В ногу со временем», «Пока свеча не догорела». И каждая из них представляет безусловный исторический и литературный интерес.

Производственные заслуги Вислогузова были отмечены высокими правительственными наградами: орденами Октябрьской революции и Трудового Красного Знамени, двумя орденами «Знак Почета», многими медалями и Почетными грамотами. Результаты педагогической деятельности подтверждают Знаки «Отличника народного просвещения РСФСР», «Почётного работника среднего профессионального образования»... и, конечно, тысячи учеников, многие из которых достигли значительных высот в своей профессиональной работе. Но самой высокой наградой, безусловно, стали дети и внуки...

5

Вернемся, однако, к писательской стезе нашего героя. Хотя слова по отношению к себе «писатель» Павел Андрианович старался по-возможности избегать, да и писать до старости не собирался, как уже отмечалось в начале очерка: ведь масштабы деятельности, дескать, не министерские или военачальнические. Мысли были — только трудиться, «пока ноги носят и голова способна мыслить». Но — огромный производственный стаж, боль за деревню, за село (ему всегда было больно видеть заброшенность и запустение земли), дума о его сохранении и возрождении подтолкнули к перу. Так, через поля земли, через педагогические поля судьба привела его на поля писательские, литературные. А в основе всего — конечно, Человек. И вечная преемственность поколений...

Да, с наибольшей любовью и благодарностью Вислогузов, засевая свои литературные поля, пишет о Человеке с большой буквы, о Труженике. «Руки

у него были натруженные, а взгляд открытый и честный» — вот где исток его великой любви. Именно тогда страницы его книг — поля урожайные, золотые, кажется, начинают светиться. Но и бюрократе, и кляузник ни в коей мере не должен оставаться в забвении. Потому что если думать и говорить только о Добре — выйдет в механизме перекося, и зёрна от плевел не отделятся. И прогресса, развития общества, в итоге, не будет. А ведь автору так хочется, и он неустанно проводит эту мысль, чтобы общество двигалось в сторону совершенствования!..

Вислогузов говорит о человеке, показывает характер, обрисовывает ситуации, конечно, для того, чтобы вспомнить всё и ещё раз и запечатлеть на бумаге (по сути, в памяти поколений) жизнь своей эпохи, свою жизнь. Но и не только! Он ставит глубокие, глобальные вопросы человечества: как отрегулировать отношения между людьми — «увидеть ту точку, в которой пересекаются знания, уверенность, сомнения, согласие и несогласие с действительностью». Ставит — даже ясно понимая, что вопросы эти — древнейшие, и ясного всеобъемлющего ответа, способного вывести людей из этого заколдованного круга, нет. Нет, он не берет на себя роль пророка. Цель его писаний совершенно иная — «поразмышлять на перепутье прошлого и нынешнего времени, пересечении многочисленных... идей и убеждений, столкновении режимов и занятых группами и отдельными лицами позиций о своей деятельности. Попытаться увидеть в собственной жизненной круговерти свою роль, пусть и не столь решающих масштабов, и дать ей оценку теперь уже как бы со стороны».

Обозревая свой жизненный путь, путь свершений и крушения великой державы, П. А. Вислогузов нередко задает себе вопрос: «А нет ли моей лично вины?». Вины в том, что «не просто развалилось созданное, но какой-то зловещей силой отдано на поругание и растерзание, на осмеяние и безжалостное попрание?.. Скорее тут, в настоящем, я со своими друзьями-единомышленниками где-то проглядел, не напрягся, не воспротивился разрухе. Может быть, надо было в трудную годину вернуться в свой родной колхоз... попросить колхозников принять меня, чтобы вместе выжить и выстоять». Болит душа этого незаурядного человека, берущего на себя такую непосильную ответственность, болит — а ответ так и не находится. Но у него есть возможность показать, по какой дороге двигаться каждому из нас, поставив ориентирами честность, отзывчивость, трудолюбие... И он не может её упустить.

Диапазон вислогузовской кисти весьма широк: от книги воспоминаний «Точка опоры» и философско-публицистической книги «Сельские тропы» до книги рассказов «Зарисовки с натуры»; от юмористической истории «Отомстили» до трагической «Платы за счастье», которую невозможно читать без спазмов в сердце... Но изглубинно связывает всё — земля, любовь к ней, любовь к сельскому труженику и желание, чтобы его жизнь, как и жизнь всей России была лучше...

Да, жаль, очень жаль, что сейчас так мало читают книги, особенно люди молодые. Прочитали хотя бы одну книгу Павла Андриановича Вислогужева — сделали шаг, и немалый, к истинному пониманию жизни, её путей, к пониманию своего места в ней, этой непростой жизни. То есть сделали шаг к совершенствованию себя и мира. По крайней мере, попытались...

Сам, читая, не раз ловлю себя на мысли, что и здесь, и там надо бы подтянуться, отбросить наносное. И вновь задаю себе вопрос: откуда в охаянные ныне советские времена у простого труженика было столько светлой, созидательной энергии. Понятно, не во все годы и не у каждого — но ведь было же! А всё потому, что была идея (как сейчас модно говорить, национальная), а значит — была вера, пусть даже в то же осмеянное светлое будущее, но была! А вера подкреплялась убеждениями, знаниями, наконец. Она, эта идея, была деятельна и возвышенна. Не зря ведь столько людей ныне тоскует о прошлой, советской жизни! Тоска есть, сожаление есть — силы, увя, нет, и решимости. И хотя бы каплю этой силы, этой решимости можно взять у Павла Андриановича Вислогужева.

Приведу один пример. Пример удивительной смелости и торжества Добра, которое не могло бы состояться без деятельного человеческого участия. Вислогузову — всего лишь 20 лет. Он недавно закрепился в должности инструктора Ново-Калитвенского райкома партии. И первый секретарь райкома Василий Семенович Бондаренко, человек, по-отечески наставлявший Павла, ориентировавший парня на приоритеты добра и человечности, однажды протянул ему сколотые листки письма без подписи. В грязной кляузе — анонимке, порождении «алчности, болезненного самолюбия, тщеславия с осознанием уязвленной значительности» сообщалось о неблагоприятном поведении директора одной из школ — безусловно знающего свой предмет учителя математики, активного общественника, «умного, образованного, тактичного и всесторонне воспитанного человека». Прекрасного семьянина. Человека нелегкой фронтовой судьбы, попавшего в окружение, а после — в плен, из плена дважды бежавшего, травмированного собаками, раненного, и — снова вернувшегося в строй. Человека, проявившего истинный героизм, что подтверждалось многочисленными наградами, главная из которых — орден Ленина. «Для него были характерны деловитость, необходимая энергия, хозяйственно-распорядительная сметка. И был он не чужд общительности, открытости для других, но без фамильярности и панибратства» — так описывает встречавшийся с ним и до этого случая П. А. Вислогузов. И вот — в письме описывалось «непристойное» поведение директора: якобы «7 ноября он организовал в коллективе попойку, сопровождавшуюся оргией». Вопрос встал нештучный: «может ли человек, занимающийся развратом и растлевающий женщин — учительниц, осквернивший очередную годовщину Октябрьской революции, состоять в партии и заниматься воспитанием юных душ». Вислогузов пригласил на дове-

рительную беседу директора школы. После, стараясь «не показаться чинушей» — женщину, как оказалось мудрую и порядочную, в отношении которой директор якобы претупал дозволенные моралью границы. «Пригласил и легко установленного автора», сразу признавшегося в авторстве — типа скользкого и мутного, «явно с претензиями». Им оказался сожитель вышеупомянутой женщины. Беседа была нелегкой, и, увы, — не принесшей желаемого результата. Снова инструктор встретился с директором. «Состоялся большой душевный разговор с этим умным человеком, опалённым войной, глядевшим смерти в глаза, смелым и решительным, пролившим в боях свою кровь». Уже тогда Вислогузов понимал: чем значительнее человек, тем «гидра зависти к нему будет более зловещей и страшной». И еще он понимал, что «необходимо перед чудовищем отрезать все подходы», дабы не прозвучало страшное в те годы слово «плен». И он попросил принести материалы, которые свидетельствовали о подвигах этого человека. Капитан с неохотой, но принес. «Это были материалы газет: фронтовой, армейской, дивизионной многотиражки. Целые подвалы...» И вот — газеты переданы Бондаренко. Бессонная ночь ожидания молодого инструктора... Ещё более тяжелая — педагога... А в результате — справедливость всё-таки восторжествовала: директора школы единогласно приняли в члены партии. А это была двойная победа! «...Точка в судьбе достойного человека была поставлена в том месте, где нужно».

В очерке «Анонимные письма» человек этот был выведен под фамилией Будков. А настоящая фамилия его — Будаков. Виктор Ильич Будаков — отец известного воронежского писателя Виктора Викторовича Будакова. К слову, эту историю мне приходилось не только читать в книге «Люди и судьбы», но и слышать от Будакова-младшего и самого Вислогузова — пожалуй, главного героя-победителя этой непростой истории.

6

О Павле Андриановиче Вислогузове могли бы более подробно рассказать люди, соприкасавшиеся с ним изо дня в день в рабочей или семейной обстановке. К сожалению, очень близко знать Павла Андриановича мне не довелось, но книгами с тёплыми

дарственными надписями периодически обменивались, и дома у него гостить приходилось, и слова самые добрые, даже лестные для авторского самолюбия слышать и в частной беседе, и публично. Помню свои не очень многочисленные, но всегда очень тёплые, даже — просветлённые встречи с ним. Помню, с какой радостью, как уважительно принимал он в дар первые тонкие стихотворные книжечки, и тут же, перелистывая, отмечал понравившийся образ... И сам книги свои дарил с радостью и надеждой.

И вновь мне вспоминаются его прекрасные строки, его гимн Жизни: «Улыбка близкого мне человека, друга, товарища, студента, случайного прохожего согревает моё сердце и радостью отзывается в моей душе. Для меня ежедневно всходит солнце, ярко озаряет окружающий мир, в котором проходит моя жизнь, и наполняет каждую клетку мироздания волшебной энергией. Я вдыхаю земную благодать и ощущаю божественную красоту вокруг себя». Жизнь прекрасна — несмотря на многие, многие тяготы и печали и личного характера, и масштаба всей страны...

Я несу в душе отзывы о Павле Андриановиче многих, многих людей... В своё время слушая эти рассказы, беседуя с ним самим, читая его книги, думал о нём — и в моей душе всё четче вырисовывался облик писательский, внутренний, духовный — светлый, ясный, и облик внешний — истинно благородного человека. Очень симпатичный, светлый складывался образ. Все его движения, неторопливые, даже — немного барственные, движения крупного, уверенного в себе человека говорили о душе устойчивой, выдержанной, незлобивой. Хотя и отзывчивой на горести и радости людские. И всегда в беседе (а речь его была очень чёткая, плавная, зримо-выпуклая), так или иначе присутствовали все встретившиеся на его пути — те, о ком хотел помнить — тепло, благоговейно.

Вот уже два года нет его с нами. Но вновь и вновь благоговейно и тепло вспоминается мне русский интеллигент, неутомимый труженик, писатель — Человек с большой буквы — Павел Андрианович Вислогузов...

*Сергей Луценко
Август 2018, июль 2019*

Татьяна Багринцева

«Сними обувь твою...», или Не топчитесь по чужим следам!

*И сказал Бог: не подходи сюда;
сними обувь твою с ног твоих,
ибо место, на котором ты
стоишь, есть земля святая.
(из Ветхого Завета)*

Говорят, время проходит. А в действительности-то в вечном времени и пространстве проходим мы, люди. Что остается от человека? Дом. Вещи. Память. Так — в идеале. Но...

Встретила в Сети рассуждения о том, что «можно умереть в любой момент и ничего из того, что было тебе дорого, не будет дорого уже никому. Да, есть дети, но и им не надо ничего моего. У них будет свое... Оказалось, что до сих пор у меня была надежда на бессмертие... А потом — НИЧЕГО. Просто приходят чужие люди, затаптывают твои следы и варят кофе в твоей турке». И вправду ведь так.

История, заставившая взять перо, стара, как мир. Жил-был человек, в отрочестве прошедший войну. Учитель, журналист, художник, музыкант — основной же его страстью были стихи, печатавшиеся в разных газетах, альманахах. Постоянно выходили и маленькие авторские сборнички, позже случились большие книги. В стихах — история родины, человека, времени... И, пожалуй, именно поэзия была в жизни главным утверждением человека, через нее он ощущал мир и говорил с ним. Но книга его жизни завершилась.

Прошли годы. И волею обстоятельств я оказалась втянута в то, что как раз и остается после жизни. Попав в жилище этого человека, пришло онемение — время тогда будто застыло для нас. Разбитое, разграбленное жилье, некогда главная обитель, крепкий тыл хозяина, в полном смысле слова — ДОМ. Видимо, все, что представляло какую-то ценность, разграблено было сразу, а впоследствии — все искали и искали незамеченное, спрятанное, пропущенное первыми. Ценного, и вправду, не виделось: ни коллекций, ни картин, ни даже посуды и металлической утвари, что годилось бы для сдачи в лом... Навалом на полу, столах, разбитых шкафах и полках оставалось только «хламье» — книги, рукописи, папки со старыми газетами, вырезки с публикациями, бережно систематизированные по темам. Когда-то приличная по составу, содержанию и объему, редкая для сегодняшнего времени по годам издания библиотека, собираемая с трудом и, как водилось в советское время, зачастую на последние деньги, была испорчена ветрами и туманной сыростью, дождями и метелями через разбитые окна и сорванные двери. Но не только погодные явления были «виновника-

ми»: некогда основная драгоценность хозяина — библиотека — была развалена, разбросана, растоптана грязными наглыми башмаками незваных гостей.

История сегодня настолько, к сожалению, типичная, что ни имя, ни адрес, ни сам факт произошедшего не имеют значения. Смущает «маленькая» деталь — у этого человека есть дети и внуки, в том числе и живущие не так далеко от разоренного и изгаженного чужими сапогами отчего дома. И — им не надо ничего. Письма, адресованные родителям, в том числе и ими самими, семейные фотографии валялись там же, вперемешку с осколками, обломками, грязью... Сразу скажу, что не стану призывать к совести родственников.

Ведь и это, к несчастью, тоже становится обычным — понятия чести, долга, традиции отодвинуты на задворки.

Неизвестный мне поэт пишет:

*...Земное все к земле и в тлен пойдет
За век или за тысячи — неважно...*

Но продолжает:

*Живем, чтоб наши Души осветлить,
И роду не иссякнуть раньше срока...*

А вдруг иссякнет род человеческий? Ведь «осветления душ» не наступает.

Психологи утверждают, что «проводив в последний путь близкого человека, мы принимаем на себя ответственность за все, что наполняло его жизнь. Это и заботы, и отношения с людьми, и личные вещи. Конечно же, каждый самостоятельно определяет меру своей ответственности за это наследие. И здесь решающим будет то, для чего вам все это. Потому, когда вы почувствуете, что смогли принять постигшую утрату, задайте себе вопрос: чем теперь для меня лично является это дело, этот человек, эти вещи? Ответ на этот вопрос определит вашу ответственность и ваши дальнейшие действия...» Но ведь если определились, что вам ничего не надо, почему же просто не отдать кому-то вещи, а невостребованное — не уничтожить, предупредив осквернение?

Теперь главный вопрос. Чтобы не повторяться с темой об изменении строя, страны, ценностей, образования, человеческих взаимоотношений и всего общества, спрошу сразу: где мы потеряли уважение? Даже, возможно, просто равнодушные где выбросили? Ведь не нужны книги — не трогай! Нет, они сброшены со своих полок-пьедесталов, перемешаны с мусором и испоганены, будто им, книгам, мстили за то, что их сегодня нельзя продать, сдать и что-то за это по-

иметь. На каком витке истории мы просмотрели воспитание у детей почтения к памяти? И главное — что теперь делать?

...Каждый человек после себя оставляет след, который простывает через месяц, год или десятилетие, а люди продолжают мечтать, чтобы о них помнили всегда. И, проходя свой путь по земле, копят и хранят свои богатства: книги, песни, дела...

Творчество, выраженное словом, мыслью, стихотворением, прозой, что оно стоит сегодня в рублях? Похоже, ничего. А вклад автора несоизмерим ни с чем. Как-то случайно прочла у Дени Дидро: «Хочешь писать о женщине, обмакни перо в радугу...» Так просто: заметишь семицветье на небе, поднимись, макни перо, спустись и напиши.

Встречаю у Василия Шукшина: «Хочешь быть мастером, макай перо в правду». Ну, тоже элемен-

тарно — ни чернил, ни пасты не надо, в правду — и вперед — твори!

А вот уже поражают строки поэта Владимира Гордейчева:

...Самое главное выльется,
Скажется самая суть,
Если перо не в чернильницу —
В сердце перо обмакнуть!

Значит, все так: человек, творя, обжигается о радугу, грудь стоит за правду, прокалывает пером свое сердце, а потом приходят чужаки в грязных сапогах на святую землю творчества и перетаптывают прожитую жизнь и память?

...Какой все же кусок истории мы проскочили без сознания и как вернуться к истокам?

Анна Шишлянникова

Между первой и последней

Психологи пришли к выводу (видимо, путем научных экспериментов), будто у человека в жизни настоящая любовь может случиться максимум два раза. Это первая любовь и «любовь последняя, заря вечерняя», как писал поэт.

Постойте-постойте, это что же получается? Между этими двумя пунктами нет промежуточных остановок в пути, что ли? Сомнительная какая-то теория получается. Мне лично по душе другое мнение. «Бывают разные роды любви», — мудро заметила когда-то толстая девочка Женя из всенародно любимой книжки Р. Фраермана «Дикая собака динго, или Повесть о первой любви». Что верно, то верно. Каждый любит на свой лад. И послужной любовный список у каждого человека свой, индивидуальный. Кому как Бог пошлет.

У некоторых первая любовь — она же и последняя, и единственная. Как, например, было у моих родителей: один раз влюбились, один раз женились. Прожили вместе почти полвека — как говорится, пока смерть не разлучила их. Но это, наверно, нетипичный случай, крайность. А я вот — увы! — не в них уродилась: влюбленностей у меня было... Дай бог памяти... Сколько же? Э-э-э... Ну, в общем, больше двух. Однозначно. И вообще — главный мой девиз по жизни — «Пока живу — люблю». Ну нельзя мне останавливаться никак, а то помру. От скуки и тоски...

Когда же оно случилось-то — первое настоящее чувство? А накрыло оно меня уже в сознательном возрасте — в шесть лет. Не считать же любовью мимолетное увлечение гармонистом на деревенской свадьбе, когда мне было года четыре. Ох музыкант и играл! Да кто ж не влюбился бы на моем месте? Но не об этом сейчас речь.

...Однажды мы с верной подружкой Танькой Борисовой, с которой вместе гуляли, играли, хулиганили (об этом я уже писала в рассказе «Где-то

есть город») — в общем, весело проводили детство наше золотое, дружно втюрились в пацана по имени Колька. Почему именно в него? Во-первых, он был вполне симпатичный — темноволосый, смуглый и голубоглазый. Внешность у него была стильная, как сейчас бы сказали. А мы с Танькой, видно, были отнюдь не дуры, раз остановили свой выбор на таком красавчике. А во-вторых, — Колька был уже взрослый парень: учился в седьмом классе. Он ходил в школу с большим, побитым жизнью портфелем: Колька, несмотря на почти ангельскую внешность, был парень, закаленный в уличных боях. Это внушало не только любовь, но и уважение. И мы с Танькой старались не выпускать Кольку из поля зрения. Крепко взявшись за руки, на небольшом расстоянии сопровождали своего кумира то в школу, то из школы. Не всегда, конечно, а эпизодически — когда позволяли наши собственные дела. Колька, замечая почетный эскорт, иногда оглядывался на нас и снисходительно посмеивался. Догадывался ли он об истинной причине нашего преследования? Или думал, что эти две дурочки ненормальные просто так таскаются за ним — от нечего делать?

Нужно сказать, что я была девчонка бедовая: в четыре года уже умела читать и писать. Правда, писала печатными буквами, что вполне резонно: какие в книжках видела, такие и сама выводила, как могла. Причем иногда задом наперед. И на это тоже имелась причина: училась грамоте я у наборщиц в типографии (мой папа работал редактором районной газеты). А тексты для печати в те времена набирали из отдельных металлических литер, которые были зеркальным отражением букв. Вот в моем сознании все это причудливым образом и переплелось. И сейчас, перебирая порой старые открытки, я с умилением читаю свои первые каракули: АН ПАМРТЬ МАМЕ ОТ АНИ.

Но так или иначе, а грамотой я все-таки владела. А это, что ни говори, — великая сила, если найти ей достойное применение. Уж не знаю, посвятила я подружку в свои планы или действовала единолично, исподтишка (женская дружба, она такая!), но я решила открыться Кольке в своих чувствах. Про письмо Татьяны к Онегину я в ту пору еще не знала не ведала, но идея написать послание предмету своего воздыхания посетила и меня. Абсолютно самостоятельно. Никакого плагиата. Как закон Бойля — Мариотта в физике. Взяв клочок тетрадного листа, я нацарапала на нем святые и вечные слова: «Коля я тебя люблю» (как говорится, авторская орфография и пунктуация сохранены). Простенько так, без лирических излишеств. Татьяна Ларина отдыхает.

Дальше, не помню, чем в этот день занималась. Но, видно, позвали меня из дома какие-то важные дела. Где-то ведь меня носило до полудня. А потом оно — бац! — все и открылось. За обеденным столом наша семья встретилась. И что-то мне показалось в этот момент подозрительным: родители как-то странно себя вели. То переглядывались, то вопросительно смотрели на меня, смущенно улыбаясь. И тут до меня дошло: батюшки, а записку-то я забыла там, где писала! А родители ее перехватили! Стыд-то какой!

Так письмо и не дошло до адресата... Не судьба! Но может, оно и к лучшему. Не то получилось бы как у Пушкина. Я-то все-таки оказалась в лучшем положении, чем бедняжка Татьяна. По крайней мере, мне не пришлось, как ей, оправдываться: «Поверьте, моего стыда вы не узнали б никогда...» О моем позоре стало известно лишь маме с папой. Но они — все же родные люди — не выдали...

О неудавшемся признании было вскорости забыто, как и о самом чувстве к Кольке. А причина была вполне уважительная — новая любовь. Вот она, тут как тут! Не замедлила явиться. И теперь уже это было чувство не к школьнику. Бери выше — к моряку! Каким ветром его занесло в наши сухопутные края? Все объяснялось просто: на побывку (или в отпуск — как там у них это называется) приехал старший Колькин

брат Александр, который был еще краше и круче, чем Колька. Высокий, статный, представительный. В черном кителе, в фуражке с золотой кокардой и, самое главное, с боевым кортиком на боку. Вот этот-то кортик и сыграл свою роковую роль: такого не было ни у кого в округе. И мы с Танькой опять дружно влюбились (это была уже вторая по счету любовь!) в бравого морского офицера. И так же единодушно возненавидели его хрупкую, хиленькую на вид, похожую на школьницу жену: у, змеюка подколотная — опередила, завладела таким завидным женихом! Жаль, что молодка никак не ощущала на себе нашей испепеляющей ненависти, а то бы зачала в один миг. И мы бы тогда — уже беспрепятственно — обожали своего нового кумира...

Ну а что же дальше? А дальше Александр в положенный срок отбыл на службу, а наша жизнь вернулась на круги своя. С тем только отличием, что Колька нам стал уже не интересен. Пройденный этап. Да и пошиб не тот. Зато у Кольки было еще два брата — один лучше другого. И кто знает, как бы оно все обернулось, но Танькина семья переехала на другой конец села, а мы и вовсе уехали из Левои Россоши в Воронцовку, куда папу назначили редактором газеты. И новая любовь — опять промежуточная (ну что ты будешь делать!), любовь под номером три — с жадным нетерпением поджидала меня там в лице чертовски обаятельного хулигана и двоечника Вовки Мельникова. Но это уже другая история...

Были маленькие увлечения и большие влюбленности и после Вовки... Ну а что же с последней — настоящей — любовью? Ну, как говорится, звиняйте, пока ничего определенного сказать не могу: она еще маячит где-то впереди... Ведь, если кто помнит, мой главный девиз — «Пока живу — люблю». Или наоборот? «Пока люблю — живу»? Впрочем, какая разница. Разве это не одно и то же? Ведь жизнь — она и есть любовь. И отделить одно от другого вряд ли возможно, как невозможно ответить на сакраментальный вопрос, что появилось раньше — яйцо или курица...

Так что, как говорится, ждем-с! Какие наши годы!..

Мне б туда, где елка в вате...

*Мне б туда, где елка в вате,
где едва за тридцать бате,
мама шьет сестренке платье,
скоро Новый год.
Где намеренья не лживы,
и пока еще все живы,
и чисты души порывы,
и она поет.
(из песни А. Маршала)*

Представляю, сколько людей подписалось бы под этими несбыточными мечтами!

У нас, кому сейчас шестьдесят плюс, детство было примерно одинаковым. Ну за исключением

некоторых деталей. Моя мама, например, шила платье не сестренке, а мне (за неимением сестренки). А все остальное один-в-один. И точно так же, как в песне, хочется вернуться туда, «где елка в вате». Хоть на один денек...

...Канун Нового года. Мама куда-то ушла, оставив меня, пятилетнюю, у тети Тани. Вообще-то я и одна могу спокойно посидеть дома. У меня всегда есть занятие: порисовать, поиграть с куклой, перебрать свои сокровища в маленьком сундучке-скачуглке — цветные стеклышки, бусинки, пестрые лоскуты... Но в этот раз меня отвели к соседям, где я тоже неплохо провела время за чтением сказок Пушкина. А когда забрали и вернули в родной дом...

Ах! Я сначала просто остолбенела. Это что за чудо?! Елка! Да такая нарядная!

— Мама, мама! Откуда она взялась?!

Мама объясняет, что, пока дома никого не было, здесь, наверно, побывал Дед Мороз. Ну а кто еще? Больше некому. Отец на работе, сама она ходила в магазин — стояла в очереди за постным маслом: к слову, в нашей сельской местности это был большой дефицит, а картошку жарили на рыбьем жире. Но вот к празднику «выбросили» кое-какие деликатесы — селедку, масло, шоколадные конфеты. Поэтому мама, придя домой с покупками, уже не застала здесь Деда Мороза.

— Почему же он меня не дождался? — сокрушаюсь я.

— Так у него же ребятшек знакомых много. Всем нужно елки развезти.

А моя-то, наверно, самая красивая! Не очень высокая, но такая ладненькая, пушистая. И уже украшена сверкающими игрушками, каких я в жизни не видывала. Раньше в нашем доме тоже бывали елки. Но на них висели самодельные флажки, вырезанные из конфетных фантиков; бумажные цепи, покрашенные акварельными красками в разные цвета; разрисованные картонные фигурки. Все это мы с моими родителями делали в преддверии Нового года, а потом эти немудреные украшения развешивали на сосне, которую в наших местах называют елкой. Как говорится, чем богаты...

...А богаты мы, вообще-то, тогда вовсе не были. Откуда взяться богатству-то? Папа осиротел в девятнадцать лет. Мамина семья тоже не дождалась отца с фронта. А бабушка — солдатская вдова, колхозница безденежная (колхозникам в те годы пенсию не платили). Какая от нее помощь? Если бабуня и могла чем приветить, так только дарами с собственного огорода.

Папа в те времена получал в редакции копейки. Так что елочные игрушки были роскошью, которую мои молодые родители смогли себе позволить лишь со временем.

Вот у моей подружки Таньки Борисовой — совсем другое дело. Мать с отцом были школьные учителя, тоже не бог весть какие зажиточные, но все-таки... Может, родители у них были побогаче, зарплата побольше или еще что. Помню, как-то пришла я к ним в гости, а там стоит елка, вся увешанная игрушками. И на нижней веточке — миниатюрный чайничек карамельно-розового цвета! Я как глянула, так просто влюбилась в него: до чего хорошенький! Все у него было как у настоящего: сам пузатенький, носик изогнутый, как лебединая шея. И сверху крышка с пимпочкой. А я, надо сказать, в раннем детстве была ужасной попрошайкой. Помню, например, как-то весной встретила на улице чужую женщину с подснежниками в руках и ведь не постеснялась подойти к ней, поклончичь:

— Тетенька, дайте мне немножко цветочков. Пожалуйста!

А что делать, если очень хочется?! Мама меня за это попрошайничество поругивала. Ну да пусть скажет спасибо, что хоть обходилось без воровства.

Вот и в этот раз я взмолилась, обращаясь к Танькиной матери (у самой подружки просить даже и не пыталась, наверняка зная ответ):

— Тетя Катя! Подарите мне его!

И что же, тетя Катя — добрая душа! — сняла для меня тот чайничек с ветки. Уж точно не помню, что сказала на это Танька, но догадаться нетрудно...

...Но вернемся в тот счастливый вечер, где я, замерев от восхищения, стою перед сверкающей невиданными игрушками елочкой-красавицей... Чего здесь только нет! Не хуже, чем на той, Танькиной, елке. И смешные зверюшки, и запорошенные снегом избушки, и овощи-фрукты (как живые!), и разноцветные снежинки, и переливающиеся серебром сосульки... Вот мишка, играющий на гармошке. Над ним проплывает сияющий, как зеркало, дирижабль с красной звездой на боку. А почти на самом верху — часы, показывающие без пяти двенадцать. Я завороженно рассматриваю все это великолепие, делясь своим восхищением с мамой. Она смотрит с улыбкой, но не на елку, а на меня и весело кивает: рада, что мне нравится.

— Мама! Какой же он добрый, этот Дедушка Мороз!

Мама соглашается со мной. Да и как можно спорить? Вот ведь — принес елку, установил. А наряжала, наверно, Снегурочка. Когда мои первые восторги постепенно затихают, я начинаю рассматривать елку более подробно и замечаю некую несообразность: ствол елки укреплен в небольшом плотном бумажном рулоне, который кое-где проглядывает сквозь клоки ватного снега. Такие рулончики я видела в типографии газеты, в которой мой папа работает редактором. Бумага тогда (в пятидесятые годы) поступала в типографию в рулонах. Потом она разрезалась на специальном станке на отдельные листы, а на них печатались газеты. Или наоборот — сначала печатались на бумажном полотне, а потом уже разрезались? Ну да это сейчас не столь важно. Главное, что такие вот аккуратные увесистые рулончики-чурбачки, полые внутри, — отходы печатного производства — я неоднократно видела у папы на работе. И как же это один из них оказался здесь, у нас дома? Что-то тут не сходится... Смутные подозрения мельтешат где-то на задворках моего сознания. Но я отгоняю их, находя удобоваримое объяснение: у Деда Мороза таких чурбачков в хозяйстве, может, тоже навалом. Хотя откуда, почему и зачем? Он что, тоже выпускает газету? Нет, не так! Дедушка Мороз, скорее всего, зашел в типографию и позаимствовал рулончик там. Вполне логично. Удовлетворившись таким предположением, я благополучно избавляюсь от своих неудобных мыслей. Не до них сейчас. Других дел полно. Ведь нам с мамой нужно еще развесить на елке бумажные снежинки и фонарики, которые мы с ней мастерили несколько вечеров подряд. А еще — конфеты в ярких обертках, только что принесенные мамой из магазина. А еще — баранки, бублики. В них легко продергивать веревочки: для этого у бублика есть дырка. И последний аккорд: под елку я сажаю любимую красавицу куклу, привезенную маминим

братом из Германии, где он служил в армии. Вот вроде и все. Красота ну просто сказочная!

...Приходит с работы папа, и я первым делом тащу его за руку полюбоваться нашей необыкновенной елкой. Папа, может, тоже радуется, но по нему это не видно: он человек сдержанный и немногословный. Проговорив ради приличия что-то вроде «Ух ты!» или «Ого!», он уходит в другую комнату и возвращается с фотоаппаратом. Ставит меня возле елки на табуретку и щелкает. Это одна из немногих моих детских фотографий. Я на фоне елочки — с сияющими глазами и щербатой улыбкой до ушей. С годами так искренне и безудержно улыбаться получается все реже и реже. Может, потому что зубы вновь поредели (уже второй раз в жизни!) и стыдно обнародовать такую улыбку? А ведь когда-то это меня не останавливало...

...Прошли годы и десятилетия. Теперь, когда прилавки и витрины магазинов ломятся от обилия елочных украшений, а эксклюзивные авторские поделки — это просто произведения прикладного искусства, те, первые, игрушки моего детства рядом с ними, может, покажутся наивными. Но какими же прекрасными они представлялись тогда! Да, собственно, для меня остаются такими и сегодня. Правда, количество их с годами значительно поубавилось: однажды плохо укрепленная елка упала среди ночи,

произведя в нашем семействе переполох. Конечно, ничего удивительного, что елка грохнулась: ведь в этот раз ее устанавливал уже не Дедушка Мороз, а папа, который был не очень умелым мастером... Что с него взять: человек умственного труда! Елку после крушения подняли и поставили заново, теперь уже как следует укрепив и еще подстраховав веревочкой, которую привязали к батарее. Помню, как я со всхлипами сметала в совок осколки игрушек. А второй раз мама, ища картонную коробку с игрушками в кладовке, полезла куда-то наверх. А коробка-то стояла внизу, и мама взобралась на нее, чтоб, значит, дотянуться до верхней полки. И опять я поливала слезами блестящее разноцветное крошево, в которое превратилась часть игрушек. Хорошо, хоть не все! Штук десять все-таки чудом сохранились до наших дней...

И вот теперь, каждый раз перед Новым годом, сняв с антреселей те старые игрушки, я осторожно (не дай Бог уронить!) беру поочередно клубничку, виноград, заснеженную еловую шишку... И, подержав их недолго в руках, начинаю ощущать исходящее от этих свидетелей моего детства мягкое тепло. Да это и понятно: ведь их когда-то с любовью выбирала для меня мама. А в Деда Мороза я уже давно не верю...

Последыш

Хата огласилась истошным детским воплем: двухлетний пацан (это был меньший в семье ребенок, младший брат моей мамы) спикировал с печи. Причем прицельно так — на голову. На свою собственную. И черепушка мальчика, по свидетельству очевидцев, находившихся в это время в избе, от ушиба якобы раскололась внутри, как орех, на две половинки и моментально вспухла. Малец закатил глаза и зашелся в крике. Мать схватила его, стала качать на руках, прижимать к груди и заговаривать извечной молитвой:

— Господи, помоги! Спаси и сохрани!

Успокаивала мальчишечку как могла:

— Толяша, дитенок! Не кричи, милай! Ну все, все! Будя, будя! Все прошло, все прошло!

Но ничто не проходило. Толик кричал пуще прежнего. Унимали его всей семьей. И наконец потихоньку, полегоньку крик перешел во всхлипывания и прерывистые вздохи. И в итоге сошел на нет.

А к головке малыша домашние приложили компресс с самогоном и туго-натуго стянули платком. Со временем гематома рассосалась, кости срослись, но череп у Толика стал после этого какой-то неправильной формы — слегка вытянутый в длину (ни у кого в нашей родне такого не было). И вдоль головы — ото лба до макушки — протянулось утолщение вроде костной мозоли. Что это было? Неужто, и правда, череп раскололся? И как его половинки могли срастись сами собой, без врачебной помощи? Или все-таки был просто ушиб? А как же тогда этот твердый костяной

шрам? Ну да кто ж теперь ответит...

...Вообще Толяше не слишком везло в детстве. Это ж очевидно! Взять, к примеру, еще такой случай. Мать однажды (ребенку в это время было года три-четыре), как всегда, что-то готовила на всю семью. В чугуне возле печи стоял наготове кипяток. И надо же было нашему вездесущему пацану сунуться туда, к этой посудине, и опрокинуть ее на себя! Не приведи господи и взрослому таких испытаний, а это ведь дите... Обварил себе пузцо и вновь, как когда-то, «закатился» в крике. И снова мать, плача и причитая, прижимала последыша к себе:

— Молчи, молчи, милай! Да как же ты так-то?!

Господи все милостивый, помоги!

Ребенок, понятное дело, не унимался. Все, кто был в это время в хате, сустились вокруг Толика. Казалось, ничто не способно было его утешить... Но, представьте, нашлось, нашлось-таки средство!

— Толяша, дитенок, гляди, че есть! — мать достала откуда-то из заглазника золотую, а может, медную (откуда золотой-то взяться, на самом деле) денежку:

— На, на, родимай! Тока не кричи...

И надо же, ребенок, всхлипывая, потянулся к блестящей монетке, схватил ее ручонкой. И ведь замолчал! Что это было? Всесильная власть денег или действие отвлекающего маневра? Тайна сия велика есть... Интересно только, а денежку мальчику оставили или потом забрали? Скорее всего, второе... Замолчал, и слава Богу. И то верно — зачем она ему в таком нежном возрасте?

...Толик вырос. Ну не слишком, конечно: видно, сказалось тяжелое детство. Не вышел паренек росточком. Хотя в роду Ворониных особенно рослых-то и не было, однако Толяша был меньше всех. Но, не смотря на это, достигнув в начале 50-х годов призывного возраста, ушел в армию. А служить ему по-счастливилось в Германии. Писал оттуда письма, как, мол, у немцев все чудно! Совсем не так, как у нас.

И вот Анатолий вернулся домой. С заграничными подарками. Причем всем близким. Так было заведено в этой семье: все любили всех, все по мере сил и возможностей заботились друг о друге. Помню, моей маме и другим сестрам он привез по красивому отрезку на платье. А мне — куклу. О, это было само совершенство! Такой красоты мне раньше видеть не доводилось: «моргучая», с блестящими золотистыми локонами по плечам, в голубом прозрачном креп-жоржетовом платье и крошечных белых башмачках. А если куклу наклонить, то она говорила «ма-ма». Ну не сказка ли? Ни у кого из моих подружек не было такого чуда. Откуда? Не у всех же дядя в Германии служил.

Себе же Анатолий привез баян. Большой, с перламутровыми планками и множеством кнопочек в несколько рядов по обеим сторонам от мехов, что тоже было чудом по тем нищенским временам. Это тебе не безродная гармошечка-трехрядка, а благородный музыкальный инструмент! «Как же дядя Толя будет играть на нем? Ведь он же не умеет», — мысленно задавалась я вопросом.

Но в семье Ворониных все были наделены музыкальным слухом, да и голосами Бог не обидел. Пели замечательно. А отец — Ерёмка — играл на балалайке и научил этому сыновей. Значит, дядя Толя непременно должен справиться. Не зря же вез такую тяжеленную штуковину аж из самой неметчины. И действительно, Анатолий выписал откуда-то самоучитель. По нему, а где-то, может, и по слуху стал разучивать мелодии. И плохо ли, хорошо ли, но научился-таки играть. Его как музыканта односельчане звали на всякие гулянки.

Не с тех ли пор «занедужил» Анатолий Еремеевич национальной русской болезнью? То свадьбы, то «вхожие» (новоселья), то проводы в армию, то встречи. А баянисту подносили в первую очередь. Как в том анекдоте: «Налейте шОферу: ему ехать!» Так оно и пошло, и пошло... Втянулся Толик в этот режим.

Дальше — больше. Работал трактористом. А это тоже должность выгодная: кому сена на прицепе привезти, кому огород вспахать. Но оплата шла не в рублях, а в граммах. Денег-то колхозники отродясь не видывали, получали за трудодни натуральными продуктами с урожая. И самогон был вроде валюты при расчетах. Хоть за это и грозила статья, но гнали его если не все, то многие. Ну а как иначе? У каждой хорошей хозяйки был НЗ (неприкосновенный запас). Прятали его кто где мог, у кого насколько хватало смекалки: кто в «подпол», кто на «потолок» (чердак), кто закапывал в огороде. Прятали и от чужих людей, и от досужих домашних. А при необходимости доставали. Если, конечно, могли вспомнить свои же похоронки.

Вот наш дядя Толя и пристрастился к алкоголю на всю оставшуюся жизнь. Иной раз приходил домой чуть тепленький. Хорошо еще, если тепленький. И если приходил.

...Надо сказать, что наша бабуня на старости лет жила в семье младшего сына: такой испокон веков был закон. И, глядя на непотребное поведение меньшенького, конечно, сокрушалась. Плакала, сокрушалась, когда сынок приползал домой вусмерть пьяным. А сноха Машка, та, бывало, ни слезинки не проронит. У нее с мужиком разговор короткий: двинет ему в ухо или в другую часть организма — и дело с концом. Тот упал — и отключился. Но бывали случаи и похуже...

— Мань, а Мань! Иде ж Толик-то?

— А я почему знаю?

— Дык ночь-полночь, а его нету. А ну как че случилось!

— Да че же с ним случится? Опять притащится пьянившийся...

Бабуня на время замолкает, лишь мечется от одного окошка к другому: выглядывает, не появится ли откуда непутевый сынок. Но того нет как нет.

— Мань, надо иттить искать!

— Кому надо, те нехай и ишшуть, а я не пойду!

Бабуня продолжает время от времени теревить Маню, однако ту пронять не так-то просто:

— Куды иттить по такой теме? Сам явится.

Бабуня накидывает платок и телогрейку иковыляет через двор к дому другого сына — Сашки. У тех уже спать собираются.

— Сашка, беда: Толика нету. Кабы чего не приключилось!

Сашке, конечно, не в радость ночью тащиться незнамо куда — разыскивать младшего братца. Ну да мать-то жалко. Вон как изводится по сыну: все ж таки родная кровиночка.

Пошли вдвоем по поселку.

— Наш к вам не заходил?

— Не, нонича не было.

И так от дома к дому. Наконец забрезжила надежда. Выяснили, кто и где его видел под вечер. Напали, как говорится, на след. И ведь нашли-таки! Заметили — чтой-то сбоку дороги лежит. Сашка посветил фонариком — он, Толик! Распластался на льду, как морская звезда. Его тормозить — он не шевелится. Мать запричитала:

— Ох, да не помер ли?!

Стали его поднимать, а он ни с места: вмерз в лед. Днем-то дорогу малость развезло — оттепель (зима была уже на исходе), а к вечеру морозец окреп. Вот наш непутевый как упал, так и пристыл. Пришлось Сашке бежать за ломиком и вырубать братку из ледового плена. Кое-как на салазках довели домой.

А что же жена? Та попыталась привести муженька в чувство проверенным способом — с размаху в ухо. Никакой реакции. Тут уж она прибегла к крайним мерам — стала молотить пинками. Жесткий массаж подействовал: Толик что-то промычал, не открывая глаз. Ну слава ж тебе господи! Значит, живой. Оклемается!

...Надеялись, после этого случая Еремеич одумается. Это ж надо — чуть не замерз насмерть, как тот ямщик в степи. Да хуже, хуже! Тот-то хоть с товарищем был, отдавал наказ. А этот — как пес бездомный, чуть не сгинул ни в честь ни в славу.

— И че ж ты думаешь?! Ведь околеешь так-то! А не то — отморозишь весь потрох к лешему, — увещевала его мать.

Но нет, ничего не отморозил, даже обычной простуды ни разу не подхватил: видно, проспиртовался весь, а алкоголь ведь на морозе не замерзает. И пить не бросил даже после того случая. Машка даже ухидила от него к матери и какое-то время жила у нее. Еле упростили вернуться.

Возили Толика и кодировать по методу Довженко. Но и это не помогло. Недолго продержался, вскоре все вернулось на круги своя:

— А зачем мне сдалась такая жизнь? Ходишь трезвый, как дурак...

Но дураком он себя не считал, нет! Когда бывали просветления, почитывал газетки, мог вернуть в разговоре любопытный факт. Так что самоуважения не растерял.

Да и не глупый он вовсе был. Бабуня рассказывала, как, бывало, забежит в избу и с порога водит носом, принюхивается:

— Мань, че эт у нас тут подгорело? Молоко не то?

— Иде, какое молоко? Ничего на плите нету...

А эту сцену Толик периодически разыгрывает для того, чтоб Маня не догадалась, что он не чует ничего носом, не ощущает запахов. Недостаток этот у него был то ли врожденный, то ли приобретенный: может, сивуха перебивала все остальные ароматы. И мужик опасался, как бы Маня, узнав об этом и решив однажды отомстить за свою горемычную жизнь, не накормила мужа чем-нибудь непотребным. Вот и применял такую стратегическую хитрость.

...Вообще интересные отношения были у него с женой. Сошлись вроде без особой любви. Настала пора Анатолию — после армии — жениться. Пошел свататься к одной девке — отказ, к другой — то же самое. Ну а Маня возьми да и согласись. Ничего, что мужик на полголовы ниже. Зато по характеру добрый, работающий. И на вид приятный: русоволосый, большеглазый, улыбчивый. А уж как растянет баян, так и вообще про рост забудешь! Пьет — так кто ж на Руси, особенно в деревне, не пьет? Лишь бы меру знал. Вот и пошла Маня за Толика. Откуда ж ей было знать, что тот станет отпетым алкоголиком? Да, видно, и других претендентов не было: красотой-то девица не блистала и хозяйкой была не ахти какой — с ленцой. Бывало, летом дел невпроворот и в огороде, и в хате, а она заберется под кровать, занавесится «подзорником» (подзором то есть), ее и не видно. Современным жителям, может, и неизвестно, что это за вещь такая, подзор. А это «декоративная оборка, обрамляющая нижний край кровати. В прежние времена подзоры были очень распространены, и на то имелись причины. Раньше кровати старались делать максимально высокими, потому что чем выше от пола — тем теплее.

Соответственно, под кроватью оставалось свободное место, которое можно было задействовать с пользой. Обычно под кроватью хранили сундуки, коробы, ящики и т.д. Выглядело это, конечно, не очень эстетично. Поэтому «подкроватьную» область закрывали декоративной шторкой, то есть подзором», — можно сейчас прочитать в вездесущем интернете.

Ну а наша Маня ничего под кроватью не хранила, зато сама с успехом хоронилась там. Заляжет под койку в разгар рабочего дня и задает храпака:

— А там хорошо — прохладно. И мухи не кусают!

...Так вот, что касается любви — может, была она, может, не было... Но зато ревность! Этого было в избытке. Уж как Толик ревновал Маню! И, главное, — к кому? — к родному брату Сашке. Жили-то рядом, двор общий.

— Вы тут детей настрогаете, а мне рОстити!

Сашка, бывало, только усмехается: это он-то от жены-красавицы кинется к Машке?! С какого перепугу? Деликатный человек, Сашка вслух-то не скажет, а сам думает: «Спятил Еремеич? Неуж свою бабу не видит? Иль цену набивает? Вот, мол, какая у него жена: всем нужная».

А Еремеич, словно услышав мысли брата, продолжает усугублять свои подозрения:

— Думаешь, если баба страхолюдная, так никто на нее не польстится? Да вот такие, они самые гулящие! Самые в цене!

— А ты откуда знаешь? Сравнивал, че ли? Всех проверил или как? — смеется Сашка.

— Я те щас проверю, щас проверю, — ерепенится Толик. Но тут выходит из хаты Маня. Руки в боки, брови насуплены. Вид устрашающий.

— Эт чей-то ты тут развыступался? Эт кой-то тут страхолюдный? Эт кой-то гулящий? А?! Сам-то красавец писанный! Полюбуйтесь-ка на него!

Толик потихоньку отступает. Шмыг — и нет его. А он уже в хате, на полатях. Маня — за ним.

— А ну-кося подвинься, — Маня толкает его в бок, устраиваясь рядом. Он двигается. Но не от нее, а к ней. Ну вот мир и восстановлен...

Но Толикова ревность иной раз доходила совсем уж до абсурда. Помнится, приехала к нам в Воронеж родня (человек десять) на похороны моего отца. Прибыли вечером накануне, надо было ночь как-то скоротать. Постелили всем на полу. Легли гости вповалку. Слышим в темноте какую-то возню и Толиков голос:

— Машк, а Машк! Давай поменяемся! Ляжь с другой стороны!

Оказалось, что Маня лежала между двумя братьями — Толиком и Сашкой, — и Еремеич проявил бдительность, чтобы, стало быть, ночью между Машкой и Сашкой грех не случился. Совсем, что ли, Еремеич очумел, окончательно мозги пропил?! Это ж надо до такого додуматься! В доме, где лежит покойник!

...Да, попивал дядя Толя изрядно. Но ведь не все же время. Успевал же как-то и дом построить, и хозяйство содержать. Да и с женой иной раз, смотришь, гуртуют, как голубки. Вырастили двоих сыновей, дождался внуков. Так как-то жизнь и прошла, промелькнула.

Но вот не стало Мани. Умирала в муках — от менингита. Отвезли в областную больницу, но спасти не удалось.

Еремеич после этого стал жить как неприкажанный, никому не нужный. Окончательно слетел с катушек. И до этого-то пил без меры, а тут и во-

все не просыхал. Так за столом и умер, со стаканом самогона в руке. И ведь не шибко старый был... Вот была бы Маня жива — глядишь, может, еще пожил бы. А так — некому оказалось вовремя двинуть мужику в ухо...

Это просто, как яйцо...

Хорошо, когда в хозяйстве есть корова. С ней в деревне и голод не страшен. Тут тебе и молоко, и сметана, и маслице на праздник. А на молоке или на простокваше, да хоть и на сыворотке, можно испечь какие-никакие лепешки. Если, конечно, в доме есть мука. А если нет, то в дело идет и жмых, и трава-лебеда, и толченые желуди... Бывало и такое во время войны и в послевоенные голодные годы.

Но не у всех и не всегда была на подворье корова-кормилица. А без нее дела совсем плохи. Летом-то еще как-то можно перебиваться на овощах, а зимой — хоть ложись да помирай. Чем кормиться? Мясато почти никогда не видали. Откуда? Свиной в нашем поселке не держали по принципиальным, а точнее — по религиозным — соображениям. В лучшем случае (это уже в более-менее благополучные времена) только кур и гусей. Да и их тоже попробуй-ка вырастить! Нужно зерно. А его и самим хозяевам порой не хватало... Если же все-таки удавалось откормить нескольких гусей, то их резали, солили на зиму. И мясо растягивали до самого лета.

А еще за счастье почитали, если в доме были куриные или — реже — гусиные яйца. Вот мы и подобрались к теме нашего рассказа...

Если колхозник мог взять на работу в поле яйцо, сваренное вкрутую — это уже было хорошо. Но такое везение выпадало ему нечасто, а остальным членам семьи и вовсе: куры с голодухи неслись плохо. Да и было их в хозяйстве обычно немного. Не зря ведь говорится: «Цыплят по осени считают». А до осени доживали далеко не все: то сами подохнут по причине какой-нибудь птичьей болезни. То коршун или ястреб сворует. То хорь подушит. Вот ведь тоже скотина какая! На вид — прелестный зверек, такой милый и пушистый. А как заберется через подкоп в курятник, так может перегрызть горло десятку кур. Съест всех не съест, но понадкусывает и кровушки попьет вволю. Так что утром, войдя в курятник, хозяйка, бывало, находила только безжизненные тушки... Помню, как однажды плакала, причитала и проклинала хоря бабуня, обнаружив в курятнике такое разорение. Вот и судите сами, легко ли было вырастить и сохранить домашнюю птицу и велик ли был ежедневный урожай яиц...

Лишь изредка, по праздникам, например на Пасху, каждый член семьи получал по одному яичку. Так что для крестьян, а особенно для их вечно голодных детей, яйцо было пределом мечтаний...

И вот что тогда придумали ушлые деревенские сорванцы. Иногда еще до того, как мать наведется

в курятник, залезали туда и вытаскивали свеженесенное, еще тепленькое яичко. А были и такие мастаки, что умели вытаскивать его не только из-под курицы, но и непосредственно из нее. Устраивали несусеку, так сказать, преждевременные роды.

Потом начиналось действие, которое тоже требовало от исполнителей недюжинного мастерства. Яйцо протыкали иголкой с противоположных сторон, сообща выпивали содержимое, в скорлупу наливали воду, а отверстия замазывали мелом. Не отличить от целого! А зачем же нужны были эти манипуляции? Чтобы обмануть мать? Отнюдь. В своем доме быстро обнаружился бы подлог: яйца-то долго не залеживались. И виновников тут же вычислили бы. Так что бери выше: вся эта операция проделывалась для бизнеса. Обработанное таким хитрым способом яйцо ребятишки всей ватагой несли в ларек и сдавали продавцу. А на вырученные деньги покупали карамель — подушечки. Вот и еще одно удовольствие. И всего-то — за скорлупку от яйца! Прямо-таки безотходное производство получается. Да, предприимчивый народец эти крестьянские дети... Ну не поросята ли?! Если не сказать хуже. Хорошо, хоть ни разу не попались на месте преступления, а то досталось бы им на орехи. Но, с другой стороны, этих мелких мошенников ведь тоже можно понять. Не зря же на такой случай у народа припасены «защитные» слова: голод не тетка, голь на выдумки хитра, хочешь жить — умей вертеться... Однако страшно себе представить негодование той городской дамочки, которая в магазине на свои кровные покупала яйцо, начиненное колодезной водой (хорошо, если не протухшей к тому времени).

Вообще яйцо в старой русской деревне — это был предмет особый, почитаемый. И вовсе не из-за его сакрального смысла: яйцо, мол, символ зарождающейся жизни и т. п. Об этом в деревне не задумывались. А ценили его совсем за другое. Во-первых, это все-таки белок. В отсутствие мяса — продукт просто незаменимый. Во-вторых, — необходимая часть и выпечки, и крошки. В-третьих, — это блюдо быстрого приготовления, что тоже немаловажно. Если в доме есть яйца, то уже можно на скорую руку накормить и свою семью, и неожиданных гостей. Как тут не вспомнить поговорку: «Зять на порог — а теща за яйца». В смысле — сразу яичницу начинать жарить. И, в конце концов, хорошо приготовленное яйцо — это просто вкусно! Например, запеченное в русской печке, оно, доведенное до светло-коричневого состояния, практически копченое, было такое

духовитое, такое аппетитное. Ммм... Не яйцо, а мысли, как говаривала в таких случаях наша бабуня.

Вообще бабуня, которая отличалась оригинальностью мышления, заставляла меня маленькую (это уже в сытые времена) есть яйца в разных видах. Особенно она верила в чудодейственную силу сырых яиц:

— Как выпьешь его, так сразу семь грамм крови прибавится, — приговаривала она, стараясь откормить меня, худую и бледную городскую немочь, на деревенских натуральных харчах. Откуда у нее были такие сведения о чудодейственной силе яйца, о том история умалчивает.

...Вареное или печеное яйцо хорошо брать в дорогу: долго не портится. Тут вспоминается случай, связанный с пасхальным яйцом, рассказанный в свое время моей мамой. Но прежде нужно сказать, что у жителей нашего поселка были довольно сложные отношения с Богом. Будучи приобщенными к иудейской религии (об этом — отдельный разговор), селяне, с одной стороны, праздновали еврейскую Пасху: пекли мацу и соблюдали соответствующие обряды. Но, являясь истинно русскими людьми, они, с другой стороны, не чурались и христианских праздников (а сейчас — особенно) — православной Пасхи, Красной горки, Крещения. Перед Пасхой красили яйца, на Красную горку катали их с горы: чье яйцо окажется крепче — тот победитель. Вот такое крашеное яйцо положил один колхозный механизатор в карман своего пиджака перед тем, как отправиться на работу в поле. Но перекусить этим продуктом по каким-то причинам не довелось: то ли не успел, то ли перехватил чего другого. Вернувшись домой, сбросил свою одежду. И так получилось, что надел ее только через год, в такую же весеннюю пору. Полез в карман — а там прошлогоднее пасхальное яйцо! И что самое интересное, когда разбил его, оказалось, что оно совсем не испортилось. Вот чудеса! В чем тут дело? То ли в свойствах самого яйца, то ли в краске, которой оно было покрыто? Или в особых

условиях хранения? Может, в хате или в сенях было холодно? Но уж не до такой же степени... А может, этот пасхальный атрибут сохранили силы небесные? Или это просто пасхальная история, легенда? Нет ответа...

И, раз уж мы затронули «яичную» тему, то перескажу одну не совсем приличную (интеллигентные! зажмурьтесь, не читайте!), но смешную (и главное — уже совсем не мифическую, а правдивую!) историю, услышанную мною в поселке от старших родственников. Дело было летом, в поле. Легли ночью колхозники спать прямо под открытым небом. А что? Обычное дело: тепло, звезды над головой. Правда, любовались ими, как правило, недолго. Известно ведь, как уставали работяги за день. Поэтому засыпали моментально и спали так, что хоть из пушек пали. И вот решили озорники подшутить над одним своим другом: приспустили с него, сонного, штаны и намазали их содержимое зеленой краской. Не масляной, конечно... Это уж был бы перебор, до такого садизма не дошло. Может, акварельной. А может, вообще зеленкой. Утром проснулся хлопчик, отошел по малой нужде. Глянул — и обмер! Что за напасть? Но, увидев хитрые ухмыляющиеся физиономии товарищей, настороженно следивших за его действиями, догадался, в чем причина смены колера. И надо отдать парню должное, он не растерялся, тоже был с юмором:

— Да вы че, мужики?! Сдурели? До Пасхи почти что год, а вы уже яйца покрасили!

Ну тут уже сдержанные смешки перешли в гомерический хохот (хоть участники вряд ли слышали про Гомера и героев его эпоса). В общем, ржали все во главе с самим пострадавшим. Даже любопытные суслики на этот гогот повысовывались из своих нор...

Вот так благодаря этой «яичной» истории находчивый парнишка вошел в анналы истории поселка...

А яйцо-то, если разобраться, не такая уж простая вещь, как кажется...

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