

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ НАУКИ

Ежегодный сборник научных статей

Воронеж
2019

УДК 82-92

ББК 83

С56

Печатается по решению Ученого совета
факультета журналистики ВГУ

С о с т а в и т е л ь:

доктор филологических наук В. В. Тулупов

Современные проблемы журналистской науки. – Воронеж :
Факультет журналистики ВГУ, 2019. – 147 с.

В сборнике представлены научные статьи ведущих россий-
ских исследователей журналистики (в авторской редакции).

© Факультет журналистики
Воронежского
государственного
университета,
2019

Оглавление

В. В. Богуславская, А. Д. Ивушкина Актуализация прецедентных феноменов в российском газетно-журнальном дискурсе	4
А. Л. Дмитровский Эссеистика как эвристическая стратегия: философско-методологический и творческий аспекты.....	16
Т. Л. Каминская Молодежь и политика: современные коммуникативные практики.....	27
Д. В. Неренц Тематическое разнообразие дата-материалов в современных СМИ.....	35
Т. А. Пивоварчик Сетевой медицинский дискурс: коммуникативные практики тематических интернет-сообществ.....	52
В. Ф. Познин О специфике жанра «коллективный портрет»..	71
М. В. Репина Особенности освещения межэтнических конфликтов в СМИ Центрального Черноземья (2003–2013 гг.).....	87
С. Л. Страшинов О выразительно-изобразительной природе публицистики.....	105
В. В. Тулунов Журналистика и журналистское образование в современных условиях.....	115
Е. А. Цуканов Медиа как <i>mysterium tremendum</i>	130
И. Н. Шамаев Специфика медиапотребления в социальных медиа: феномен активного пользователя.....	138
Наши авторы.....	146

АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В РОССИЙСКОМ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

Известный советский и российский исследователь Ю. Н. Караулов в своей книге «Русский язык и языковая личность», опубликованной в 1987 г., дал определение термину «прецедентные тексты», выделив их характерные черты. «Назовем прецедентными, – пишет ученый, – тексты, (1) значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, (2) имеющие сверхличностный характер, т. е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, (3) обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [1, 216]. Таким образом, признаками, определяющими сущность прецедентных текстов, Ю. Н. Караулов называет 1) познавательную и эмоциональную значимость текста; 2) общеизвестность и широкую распространённость текста; 3) воспроизводимость текста, а значит, и возможность его переосмысления, многократной интерпретации.

Под прецедентным феноменом в статье понимается явление, (1) значимое для члена того или иного лингвокультурного сообщества в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане, (2) имеющее сверхличностный характер и (3) многократно воспроизводимое в дискурсе лингвокультурного сообщества.

Ученый Д. Б. Гудков, посвятивший большое количество своих работ исследованию феномена прецедентности, говорит о ПФ как о единицах, формирующих когнитивную базу (КБ) [2, 53–54; 3, 83–84]. Под когнитивной базой здесь подразумевается «определённым образом структурированная совокупность знаний и представлений, которой обладают практически все члены того или иного лингвокультурного сообщества» [3, 83]. Когнитивная база формируется некими инвариантами представлений о том или ином значимом в культурном плане феномене (прецедентном феномене). Эти инварианты представлений на-

ционально детерминированы и в свернутом, редуцированном виде являются содержанием прецедентных феноменов.

В традиционной классификации, широко представленной в трудах Д. Б. Гудкова, В. В. Красных, И. В. Захаренко, Д. В. Багаевой и др., прецедентные феномены принято разделять на невербальные и вербальные [2, 53–54; 4, 47–50; 5, 82–84].

К первому типу – невербальных ПФ – относят значимые в культурном отношении произведения живописи, скульптуры, архитектуры и т. д. В качестве примера здесь можно упомянуть картину Михаила Врубеля «Демон сидящий», античную статую Венеры Милосской, храм Василия Блаженного и множество других культурно значимых объектов.

Вербальные ПФ в свою очередь делятся на собственно вербальные и вербализируемые (Д. Б. Гудков называет их «поддающиеся вербализации»). К собственно вербальным относят прецедентные имена (ПИ) и прецедентные высказывания (ПВ), к вербализируемым – прецедентные ситуации (ПС) и прецедентные тексты (ПТ) [2, 54–56].

Прецедентный текст – это «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, (поли)предикативная единица; сумма значений компонентов которой не равна смыслу; ПТ хорошо знаком любому среднему члену лингвокультурного сообщества <...> обращение к нему многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом высказывания и символы» [2, 54–55]. К данному типу ПФ относятся произведения художественной литературы («Евгений Онегин», «Бородино»), тексты песен («Подмосковные вечера», «Темная ночь»), рекламы, политические тексты и т. д.

Интересно, что ПТ существует в КБ не в своём первоизданном виде, он хранится в виде инварианта восприятия, то есть в форме «минимизированных национально-детерминированных представлений о нём» [4, 8]. Характерно и то, что прецедентный текст редко употребляется в речи полностью, его актуализация (на основе ассоциативных связей) чаще всего происходит при упоминании названия произведения, имени героя (прецедентного имени) или известной цитаты (прецедентного высказыва-

ния), от него происходящей. Именно поэтому ПТ рассматривается как вербализуемый феномен: несмотря на то, что сам текст произведения, относящегося к прецедентным, явление вербальное, в КБ и в ИКП он хранится не полностью, не от первой до последней строчки, а как «очень сжатый «образ», максимально «уплотненное» представление об этом тексте (включая сюжет, основные коллизии, персонажей <...> и т. д.)» [6, 172], и в речи коммуникант обращается именно к этому, «свёрнутому» представлению о ПТ, которое впоследствии может быть вербализовано.

Актуализация прецедентных текстов в речи может происходить:

1) при упоминании названия прецедентного текста: *Так школьницей я читала «Войну и мир» – только про любовь, войну пролистывала. Так и живу* (STORY, № 12 (98), с. 24) – Л. Н. Толстой, «Война и мир»;

2) при упоминании имени героя ПТ: *Пылкие юноши тоже второпях ускользали из жизни. Думали, что они Вертер. Надеялись на славу. Рассчитывали, что смерти нет* (STORY, № 12 (98), с. 47) – И. Гёте, «Страдания юного Вертера»;

3) при упоминании имени автора ПТ: *Так именно и происходит – лучше, чем многие, описал этот разрушительный процесс [прим. – Увядание красоты] русский писатель Лев Толстой на примере семьи Курагиных* (STORY, № 12 (98), с. 54) – Л. Н. Толстой, «Война и мир»;

4) при употреблении прецедентного высказывания (ПВ) или цитаты, происходящих от этого ПТ: *А на другой день я нахожу в почтовом ящике письмо: «Я к вам пишу, чего же боле...»* (STORY, № 12 (98), с. 24) – А. С. Пушкин, «Евгений Онегин»;

5) При пересказе ПТ или его ключевого эпизода: *Но они [писатели] говорили с нами уникальным языком о пограничных, а не общепринятых вещах. О пожилой женщине тридцати лет, которая покончила с собой, бросившись под поезд, например* (STORY, № 12 (98), с. 30) – Л. Н. Толстой, «Анна Каренина».

Изучая КБ, ученые говорят о том, что состав прецедентных феноменов с течением времени может меняться [2, 54–55]. В

связи с этим выделяют так называемые «классические» ПТ (к которым относятся, например, тексты писателей-классиков) и современные ПТ (к которым причисляют тексты, недавно ставшие прецедентными, порожденные современной культурой).

Основной сферой-источником прецедентных текстов, как показал контент-анализ выявленных единиц в одном номере журнала STORY (№ 12 (98), декабрь 2016), является литература (77,03%) (см. таблицу ниже). Сюда относятся художественные произведения как русской литературы (Л. Н. Толстого, А. С. Пушкина, Ф. М. Достоевского, А. П. Чехова, В. С. Высоцкого и т. д.), так и произведения зарубежных классиков (произведения У. Шекспира, И. Гёте, В. Гауфа, Дж. Р. Р. Толкина и т. д.).

Как известно, русская культура долгое время была литературоцентричной, и, несмотря на то, что эпоха литературоцентричности закончилась как для русской культуры, так и для всего мира, исследователи отмечают, что литература всё ещё остаётся «хранителем и ретранслятором культурного кода России» [7, 19]. Таким образом, то, что в медиадискурсе используется значительная часть прецедентных текстов, происходящих из сферы «Литература», кажется закономерным, поскольку именно произведения русских писателей-классиков долгое время служили источником, откуда русский человек черпал знания о том, что хорошо, а что плохо, что прекрасно, а что безобразно.

Кроме того, надо отметить, что журнал STORY, на материале которого была проведена значительная часть исследования, сохраняет в себе черты литературно-художественных изданий [8, 176–181]. Очевидно, что одной из таких черт является ориентация на классическую литературу как на образец для подражания при написании тех или иных журналистских текстов как в стилистическом, так и структурном плане.

Также значимой сферой, откуда происходят ПТ, оказалась религия (10,81%). В частности, часто актуализирующимся текстом в газетно-журнальном дискурсе является Библия, сюжеты из которой являются прецедентными ситуациями (строительство Вавилонской башни, Страшный суд, Исход евреев из Египта и др.), а герои этих сюжетов носят прецедентные имена

(Иисус, Моисей, Дева Мария и т. д.). Использование библейских текстов в качестве прецедентных наблюдается во многих культурах Европы и мира, из чего можно сделать вывод о том, что Библия – феномен универсально-прецедентный, который оказал значительное влияние на мировую культуру [9, 5–6]. Таким образом, важной особенностью Библии является её «всеохватность и универсализм, который позволяет охарактеризовать библейскую прецедентность как кросскультурную универсалию» [9, 11–12].

Количество прецедентных текстов, заимствованных из сферы-источника «Музыка», такое же, как и количество ПТ, происходящих из религиозного дискурса (10,81%). Культурно значимыми здесь оказались тексты песен российских рок-исполнителей (В. Сюткина, группы «Чиж & Со»), советская классика («Широка страна моя родная», песня В. Кикабидзе «Мои года – мое богатство») и т. д.

Таблица 1. Контент-анализ прецедентных текстов (сферы-источники)

Прецедентные тексты «АиФ», № 12 (1949); STORY », № 12 (48)		
Сфера-источник	Количество	Проценты
Всего	74	100%
Религия/Мифология	8	10,81%
Музыка	8	10,81%
Литература/Фольклор	57	77,03%
Философия	1	1,35%

Прецедентные тексты, использованные в журналистских текстах, выполняют различные функции.

Одной из основных функций ПТ, как можно увидеть на примере медиатекстов журнала STORY, является текстообразующая функция.

Ярким примером реализации текстообразующей функции прецедентного текста может послужить статья Дм. Воденникова о Мэрилин Монро, озаглавленная «Прости меня, моя любовь» (STORY, № 12 (98), с. 46–49), в которой указанную

функцию выполняют два прецедентных текста – «Братья Карамазовы» и «Идиот» Ф. М. Достоевского.

В данном материале для актуализации прецедентного текста используются названия произведений («Братья Карамазовы», «Идиот»), большое количество прецедентных имен (Грушенька, Алеша Карамазов, Настасья Филипповна, Рогожин, князь Мышкин и др.), а также пересказ сцен из романов Ф. М. Достоевского. Например, статья начинается с описания одного из эпизодов произведения «Братья Карамазовы»: *Мэрилин Монро очень хотела сыграть Грушеньку из «Братьев Карамазовых». Наверное, ее привлекла сцена, когда Грушенька сидит с чистой барышней, та смотрит на неё влюбленными восторженными глазами, щебечет: «Ах как же я вас люблю, Аграфена Александровна! Каждый бы пальчик вам на ручках поцеловала!» <...> Она [Грушенька] смотрит долго-долго на чистую барышню тёмным, как ноябрьское окошко, взглядом и вдруг добавляет: «Наверное, и я должна поцеловать. В ответ. А я не буду» <...> (STORY, № 12 (98), с. 47).*

Дм. Воденников начинает свою статью с пересказа той сцены из «Братьев Карамазовых», в которой ярко показан характер Грушеньки. Здесь проявляются такие ее черты, как гордость, решительность, своенравие, стремление к независимости. Делая замечание о том, что М. Монро могла заинтересовать именно эта сцена из романа Ф. М. Достоевского, автор статьи тем самым предполагает, что именно эти черты в героине романа привлекали американскую актрису, заставляли её соперничать Грушеньке и понимать ее. Таким образом, Воденников использует здесь эпизод из «Братьев Карамазовых» для характеристики самой Мэрилин, приписывая ей черты героини, придуманной Ф. М. Достоевским.

Основой статьи, написанной Дм. Воденниковым, становится сравнение Мэрилин Монро с женщинами из произведений Ф. М. Достоевского – Грушеньки из «Братьев Карамазовых» и Настасьи Филипповны из «Идиота». Находя общие черты у американской актрисы и героинь русской классической литературы, автор текста создает живой образ М. Монро и выстраивает

повествование, ориентируясь на романы Ф. М. Достоевского, выбирая для описания те эпизоды жизни Мэрилин, которые могли бы гармонично вписаться в произведение русского классика.

Так, например, Дм. Воденников описывает отношения между Мэрилин и ее мужем, спортсменом Джо Ди Маджо: *Но Монро как будто искушает судьбу. Выходит выступать перед десятком тысяч солдат в Корее <...> Ты не представляешь, как мне аплодировали, как меня встречали!* – с восторгом рассказывает дурочка Настасья Филипповна своему американскому Рогожину. *На что он холодно замечает, позвякивая воображаемыми склянками со ждановской жидкостью: «Почему же, представляю. Я это слышу постоянно». В общем, он её тоже «убил». В символическом смысле, разумеется* (STORY, № 12 (98), с. 48).

Как можно увидеть, автор статьи проводит параллели между семейной жизнью М. Монро и Джо Ди Маджо и отношениями Настасьи Филипповны и Рогожина из романа «Идиот», сближая образы Мэрилин и Настасьи, обнаруживая сходство их характеров. Можно сделать вывод о том, что Воденников стремится сделать американскую актрису ближе и понятнее русскому читателю, сформировать у читателя понимание о ней, как о «своей», заставить сопереживать героине статьи. Текст романа Ф. М. Достоевского выступает здесь в качестве аргумента для убеждения читателя, реализуя также персуазивную функцию.

Ещё одним примером, когда текстообразующая функция выходит на первый план при употреблении в речи ПТ, является текст «Играй, мормон!», написанный Ильей Носыревым (STORY, № 12 (98), с. 78–88). Эта статья посвящена истории мормонского движения – религиозной группы, зародившейся в начале XIX в. и до сих пор распространенной на территории США.

Основной целью, которую, очевидно, ставил перед собой журналист, создавая данную статью, было высмеять религию мормонов, а прецедентным текстом, который автор использует для реализации своей цели, стала Библия, что оправдано тематически. Используя в тексте статьи множество прецедентных

выражений и прецедентных имён, происходящих из библейских текстов, упоминая прецедентные ситуации из Священного Писания, автор актуализует в сознании читателя Библию как прецедентный текст, тем самым решая свои идейные и стилистические задачи.

Значительная часть статьи посвящена основоположнику мормонской религии Джозефу Смиту, о деятельности которого журналист пишет: *Перебравшись на новое место в Пенсильванию, Смит стал заводить беседы с соседями о том, что пора бы восстановить Иисусову церковь, лежащую в руинах. Соседи смеялись: кто же нам её восстановит. Я. Отчего же ты? Потому что только у меня есть золотая книга, которую дал ангел. Но показать книгу Смит наотрез отказался: тайна сия велика есть и не надо трогать её вашими немытыми пальцами* (STORY, № 12 (98), с. 80).

Высказывание «Тайна сия велика есть», происходящее из библейского текста (Новый Завет, Послание апостола Павла к Ефесянам, гл. 5, ст. 32), употребляется здесь в ироническом плане и соседствует с упоминанием «немытых пальцев», которое отсылает читателя к «низкой» области физиологии. Таким образом, употребление библейской цитаты направлено здесь на формирование мнения о том, что «великая тайна» Джозефа Смита на самом деле великой не является, автор стремится высмеять поведение Смита, подвергая сомнению его авторитет и священность Книги Мормона, о которой идёт речь в данном отрывке.

Увидеть актуализацию ПТ «Библия» можно также на следующих примерах: *Выходила удивительная история: оказывается, Америка издавна была землёй пророков. Сперва Господь велел отправиться сюда на корабле одному из строителей Вавилонской башни, попросившему в порядке исключения сохранить ему родную мову. Что тот и сделал, погрузив на корабль свой род, а также лошадей, верблюдов и слонов* (STORY, № 12 (98), с. 80);

Нет, говорил Смит, американская цивилизация куда древнее европейской, праведников на нашем континенте было вдвое больше и даже сам Христос, сойдя с креста, не замедлил явиться

в Америку – собрал тут другую дюжину апостолов, прочел на бис Нагорную проповедь и обещал явиться в конце времён именно в Штатах. И американцы оказались столь мудры, что не распяли его вторично! (STORY, № 12 (98), с. 80).

В указанных примерах прецедентный текст актуализируется упоминанием ряда прецедентных ситуаций библейского происхождения: автор пишет о строительстве Вавилонской башни и смешении языков, распятии Иисуса Христа, упоминает 12 апостолов и Нагорную проповедь, в первом примере также возникает ассоциация с ветхозаветным сюжетом о Ноевом ковчеге.

Отсылки к Священному Писанию, прецедентные высказывания, имена и т. д. используются в статье для создания такого стилистического приёма как ирония, а значит, здесь имеет место эстетическая (людическая) функция ПТ. Ирония подчеркивается также использованием разговорной лексики и разговорных синтаксических конструкций («заводить беседы», «пора бы восстановить», «родную мову», «сперва», «дюжину апостолов», «прочёл на бис проповедь» и др.).

Также можно сделать вывод о том, что журналист использует здесь отсылки к Библии как к прецедентному тексту для того, чтобы создать у читателя определённое представление о мормонах и, выражая свое насмешливое отношение к ним, сформировать мнение об их религиозной группе как о секте, которая не имеет ничего общего с настоящей религией, а значит, помимо текстообразующей и эстетической функций здесь будет выполняться функция смыслообразующая.

Таким образом, библейские прецедентные единицы, употреблённые автором, подчёркивают контраст между христианством и религией мормонов, противопоставляя их как религию истинную и религию неистинную, «ненастоящую», высмеивая образ жизни и мировоззрение мормонов.

Прецедентные тексты (поэтические в частности) часто используются в медиатекстах в качестве рамочного элемента журналистского произведения. В литературоведении под рамой произведения понимается совокупность компонентов произведения, которые «графически отделены от основного текста

произведения и чья основная функция – создание у читателя установки на его эстетическое восприятие» [1, 104–103]. К рамочным элементам относят заголовочный комплекс (имя автора, заглавие, подзаголовок, посвящение, эпиграф), авторские примечания, предисловие, послесловие, обозначение места и даты написания, а также деление произведения на части, оглавление [6, 3].

Одной из основных функций, которую выполняют рамочные элементы в художественном произведении, является функция структурообразующая [1, 105]. То же самое можно сказать и о прецедентных текстах, употребляющихся в качестве рамочных компонентов: их использование в материалах газетно-журнального дискурса подчеркивает смысловое и структурное единство журналистских материалов, часто ПТ выступают в качестве средств связи между частями журналистского произведения.

Например, в уже упомянутой статье «Прости меня, моя любовь» (STORY, № 12 (98), с. 46–49), написанной известным поэтом Дм. Воденниковым, в качестве рамочного компонента был использован «Монолог Мерлин Монро» А. А. Вознесенского. Стихотворение разделено на пять частей, каждая из которых выступает связующим элементом одного фрагмента статьи с другим. Дм. Воденников, по сути, использует в своем тексте произведение А. А. Вознесенского для перехода от описания одной ситуации из жизни актрисы к описанию другой ситуации, часто усиливая связь между своим текстом и текстом Вознесенского с помощью лексического повтора:

[Вознесенский]:

(Как страшно вспомнить во «Франс Обзёрвере»

Свой снимок с мордой самоуверенной

На обороте у мёртвой Мерлин!)

[Воденников]: Страшно вспоминать – не вспоминай. Но не может <...>

[Вознесенский]:

О, кинозвездное оледененье,

Нам невозможно уединенье,

В метро,
В троллейбусе,
В магазине,
«Приветик, вот вы!» – глядят разини.

[Воденников:] Кстати, о разинях. Вторая моя любимая история с Монро как раз о них <...>

Таким образом, произведение поэта-шестидесятника становится средством связи, «перехода» между отдельными эпизодами жизни американской актрисы, о которых пишет автор. Кроме этого, прецедентный текст выступает здесь в качестве средства диалогизации, связывая не только части отдельного журналистского произведения, но и произведения авторов разных эпох.

Также в структуре журналистского материала прецедентный текст часто используется как послесловие. Например, статья, озаглавленная «27 декабря 1908. Марина Цветаева стрелялась в театре» (STORY, № 12 (98), с. 9), оканчивается стихотворными строками М. И. Цветаевой: «Ты дал мне детство – лучше сказки, так дай мне смерть – в семнадцать лет» («Молитва», 1909). Эта цитата не входит в основной текст журналистского произведения, однако указывает на основную его тему – неудачную попытку самоубийства, совершённую поэтессой.

Так же часто прецедентные тексты реализуют в медиадискурсе персуазивную функцию. Например, в той же статье о мормонах (STORY, № 12 (98), с. 78–88): *Но дурная слава о мормонах шла девятым валом уже за пределы Америки. Артур Конан Дойл в «Этюде в багровых тонах» рассказал, будто в поисках всё новых жен мормоны грабят лагеря иноверцев, убивая мужчин и захватывая женщин, что тайная организация похищает мормонов, выказавших хоть малейшее сомнение в том, чему учит их религия* (STORY, № 12 (98), с. 86);

Пять лет назад на Бродвее даже поставили сатирический мюзикл «Книга Мормона», в котором отправившийся в Уганду незадачливый миссионер, так и не осиливший священный текст, кормит африканцев историями про магистра Йоду и хоббитов, выдавая их за полные глубокого смысла сочинения

Джозефа Смита <...> Нельзя же построить рай на книге [прим. – Автор статьи имеет в виду Книгу Мормона, священный текст мормонов], которая читается как продолжение «Властелина колец», написанное студентом-толкиенистом!

Итак, выявленные прецедентные тексты выполняют в журналистских материалах следующие функции: текстообразующую, эстетическую (людическую), смыслообразующую, структурообразующую, персуазивную и функцию диалогизации.

В. В. Богуславская, А. Д. Ивушкина

Литература

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М., 2010.
2. Гудков Д. Б. Межкультурная коммуникация / Д. Б. Гудков. – М., 2000.
3. Гудков Д. Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского (результаты эксперимента) / Д. Б. Гудков // Язык, сознание, коммуникация : Сб. статей. – Вып. 4. – М., 1998.
4. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций / В. В. Красных. – М., 2002.
5. Захаренко И. В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов / И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. Б. Гудков, Д. В. Багаева // Язык, сознание, коммуникация : Сб. статей. – Вып. 1. – М., 1997.
6. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М., 2003.
7. Клинг О. А. Литература – хранитель и ретранслятор культурного кода России / О. А. Клинг // Слово.ру: Балтийский акцент, 2012. – С. 19–20.
8. Пономарева Е. В. STORY как феномен «мидл-журнала»: жанрово-стилевые характеристики и коммуникативные стратегии / Е. В. Пономарева // Гуманитарный вектор. Серия: Филология, востоковедение. – 2003. – № 4 (36). – С.176–181.
9. Орлова Н. М. Библейский текст как прецедентный феномен: автореф. дис. ... докт. филол. наук / Н. М. Орлова. – Саратов, 2010.

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 3, 2018)

Эссеистика как эвристическая стратегия: философско-методологический и творческий аспекты

Весьма плодотворной видится мысль, что основу эссеистского поиска составляет *мыслительная задача* – общепринятая категория в психологических науках и столь же давно и успешно исследуемый феномен. В отечественной психологии одним из первых определение мыслительной задачи дал еще А. Н. Леонтьев [1]. По его мнению, мыслительная задача – это цель, поставленная в определенных условиях, препятствующих ее достижению. Сам процесс решения связан с достижением уже заданной, психологически очерченной целью. Его суть – в поиске необходимых для этого средств (не данных изначально) в границах, намеченных условиями задачи (при психологическом эксперименте) или определяемых обстоятельствами проблемной ситуации (в жизни).

Понятно, что подобная задача в научном опыте целиком условна: во-первых, условия задаются идеальные (скорости поездов равномерны и постоянны, яблоки одинаковы и взаимозаменяемы, рабочие не допускают брак и т. д.). Во-вторых, зачастую те или иные значимые условия или ограничения могут оговариваться сразу, но о других «решателю» приходится догадываться самому по ходу дела (например, что спичечная загадка может быть решена не в двух, а в трех плоскостях). В-третьих, учебная задача не нуждается в проверке на «правильность»: полноту условий, непротиворечивость, решаемость.

В жизни все иначе: вызванный мастер может не только не починить трубу, но и испортить дело еще больше; поезда задерживаются и отменяются; человек, попросивший о помощи, может внезапно «передумать»; ситуация – кардинально перемениться; а острый насущный вопрос – отпасть сам собой либо, наоборот, перейти в критическую фазу.

Соответственно, и решения, получаемые в процессе мыслительного поиска, принимаются или отвергаются на основе конвенций, складывающихся по ходу формулирования ответа.

Учитывая, что реальная жизнь переменчива и текуча, для эссеиста тем не менее подобная ситуация является позитивной, поскольку таит в себе скрытые возможности: ведь многие важные условия, задающие проблему, хоть и скрыты до поры до времени от его ума, в любой момент могут быть обнаружены, послужив основой для яркого и неожиданного, зачастую парадоксального, разрешения сомнений («ответа», «озарения»). Можно вспомнить Василия Розанова, к которому его «листья» приходили в самых разных ситуациях и которые ему столь же внезапно приходилось записывать на чем попало: манжете, салфетке, обрывке обоев или оберточной бумаги, на полях книг и корректурах, «на обороте транспаранта»...

Рассмотрим сам механизм осуществления такого поиска. Современный представитель когнитивной психологии пишет: «Процесс решения мыслительной задачи организован как построение (*вторичной*) *моделирующей системы* (термин В. А. Успенского). Она не присутствует в готовом виде до его начала и может не возникнуть в его ходе – тогда решение останется найденным. Решатель образует вторичные значения ключевых аспектов задачи (данное и искомое – термины С. Л. Рубинштейна) – они постепенно оказываются увязанными в единую структуру и определенными друг через друга. Так реализуются возможности, заложенные в условиях задачи. Это обеспечивает решателя ориентирами для дальнейшего движения: возникающая система все строже и последовательнее определяет и “подсказывает” допустимые способы действия, помогая различать осмысленные и ошибочные шаги» [2, 100].

Особо стоит отметить, что 1) моделирующая система не присутствует изначально и постоянно в сознании эссеиста, но формируется параллельно с началом поиска решения. Важно также то, что 2) само решение будет задаваться рамками складывающегося целого этой системы. Эту особенность мышления принято связывать с его общей порождающей функцией и относить к его разновидности – эвристическому мышлению. И, наконец, то, что 3) обстоятельства и ответ, взаимодействуя и взаимоо-

пределяя друг друга в структуре целого, обуславливают допустимые и возможные вероятные действия и мысленные ходы.

Традиционно под эвристикой (от греч. *heurisko* – «обнаруживаю, открываю») понимали универсальную установку сознания исследователя (изобретателя, творца, решателя) на поиск и решение проблем в условиях неопределенности. Использование термина связывают с древнегреческим философом Паппом Александрийским (III в. до н. э.), первым сформулировавшим особое собрание принципов, предназначенных для тех, кто желает научиться решать математические задачи. Его «Секреты искусства» были тайной, не поддававшейся написанию и разглашению. Тем не менее подобные попытки предпринимались (Г. Лейбницем в «Искусстве изобретения», Б. Спинозой и другими), но безрезультатно.

Проблема, видимо, заключалась в том, что эвристика не сводима к аналогии или подражанию, то есть к комбинаторике уже известного материала, а чаще связана с переживанием, вдохновением, инсайтом. Закономерно, что сегодня под эвристикой понимается «область научного знания (психология, кибернетика, искусствознание и др.), изучающая процессы творческой деятельности людей, животных и различного рода искусственных интеллектуальных систем. К числу основных категорий этой области знания относятся: творчество, новое, интуиция, инсайт, гештальт, открытие, субъективное и объективное, принятие решения, воля, самоутверждение, риск, пробы и ошибки и др.» [3, 574].

Западными исследователями выделяются три группы теорий, объясняющих эвристическое мышление:

- теория «тихой воды», или усредненного труда;
- теория блицкрига, или инсайта;
- теория «лучшей мышеловки», или оптимального методологического регулятива. «Как мера творческого риска эвристичность всегда приветствовалась в качестве неотъемлемой компоненты развития научного знания, а в постнеклассической картине мира качество эвристичности теории выдвинуто на роль критерия научного знания, который позволяет изме-

нить и сам процесс трансляции знания, сделать его творческим, проблемным, игровым» [4, 214–227].

Одной из важнейших категорий эвристики выступает категория инсайта. Инсайт (англ. *insight* – пронизательность, понимание) трактуется в интуитивизме как «акт непосредственного постижения, «озарения» и т. п.; одно из основных понятий гештальтпсихологии, означавшее – в противовес представлению бихевиоризма о постепенном и «слепом» научении – внезапное понимание, схватывание тех или иных отношений и структуры ситуации в целом, не выводимое из прошлого опыта субъекта» [5].

Как методология эвристика предъявляет ряд практических требований.

Во-первых, она опирается на методы, связанные с эффективностью, существенным сокращением времени на разрешение проблемы (в отличие от простого перебора вариантов). Если говорить об эссеистике, то в глаза бросается очевидный факт методологической схожести: помимо парадоксальности (часто становящейся самоцелью иных писателей), эссе отличается оригинальностью, уникальностью взгляда на привычные вещи, проникновение в суть сквозь любые условности. Само по себе написание эссе связано с желанием автора поделиться с аудиторией как раз обнаруженным им противоречием, расхождением между представлениями большинства и реальностью.

Более того, если говорить об эссе как публицистической форме, то мы увидим его мощный философский потенциал. Публицистика занята не просто описанием социальной реальности («делать дело публицистов – писать историю современности»), но и анализом глубинных процессов экономического, политического и культурного планов. И здесь общественная функция и роль публициста самым определенным образом совпадает с ролью и функцией социального философа, политолога и культуролога. Ничего удивительного здесь нет: опираясь на экзистенциальную теорию журналистики, мы давно говорим о том, что методологией публицистического анализа социальной реальности выступает философия и, в частности, социальная философия и эстетика [6, 15–20; 7, 145–151]. Так,

магистерская диссертация одного из самых ярких русских публицистов Н. Г. Чернышевского называлась как раз «Эстетические отношения искусства к действительности». Традиция трактовать публицистику с позиций социальной философии была заложена еще первым теоретиком, историком и ярким практиком отечественной журналистики – В. Г. Белинским. Эту же идею поддерживал второй теоретик и практик отечественной журналистики – В. И. Ленин.

Но вернемся к методологии эвристики.

Следующим важнейшим аспектом выступает значительное отличие методов творцов от традиционных (рутинных), устоявшихся в рациональной науке и художественной сфере, что абсолютно справедливо для эссеистики. Уникальность их метода связана с индивидуальностью. Эссе не пишется по шаблону, что подтверждается исследованиями. Так, Е. В. Бузальская, со ссылкой на литературу вопроса, констатирует: «...существующее на периферии поля жанра официально-деловое эссе, функционирующее в странах Латинской Америки и США в качестве одного из вариантов представления сведений о соискателе, а также академическое эссе, представляющее собой письменную работу студента, призванную продемонстрировать наличие знаний в определенной области, не могут быть в полной мере признаны эссе, так как требования к их написанию противоречат исходным характеристикам канона этого жанра» [8, 77; 9; 10]. Как заметил М. Эпштейн, человек определяется в эссе лишь в ходе самоопределения и его писательство, творчество есть способ воплощения этого подвижного равновесия «я» и «я», определяемого и определяющего.

Далее, в третьих, в соответствии с эвристикой, само использование методов «сопротивляется внешним ограничениям, накладываемым на параметры исследования». В эссеистике это проявляется как явный нонконформизм, «бунт» (Теодор Адорно) против привычного, размеренно-упорядоченного, косного. Г. К. Честертон, рассказывая о своем «методе», как-то заметил, что суть его в постановке избитой истины «с головы на ноги», поскольку в процессе обывательской практики истина извращается,

выворачивается наизнанку, и потому эссеист вынужден возвращать ее в первозаданный вид, естественное положение, «расколдовывать».

В-четвертых, модели осуществления эвристического поиска значительно индивидуализированы и тесно связаны с психической и мотивационной деятельностью субъекта познания. Это проявляется как субъективность и мифологичность эссеистики: отдельное эссе есть частное проявление более масштабной ментальной структуры – индивидуально-мифологической картины мира автора.

Суммируя все вышеизложенное, можно сформулировать методику работы над эссе, основные этапы эссеистического поиска. Понятно, что это не алгоритм или инструкция из серии «Как стать успешным эссеистом за 15 минут», а последовательность или, скорее, совокупность важных (узловых) моментов эссеистического творчества. Их можно назвать семь.

1. Нахождение повода. Исторически сложилось так, что одним из характерных признаков жанра стал тот факт, что практически любое эссе начинается с «повода». Говоря научным языком – с выделения в потоке входящей информации дискретных объектов. Или, другими словами, с селективного отбора. Но этот «селективный отбор дискретных объектов» в эссе специфичен. Если в большинстве журналистских жанров тема выступления задается преимущественно внешними обстоятельствами (яркими происшествиями, повесткой дня, волей редакторов, ее актуальностью или социальной значимостью) и имеет социальный, общественный характер, то в эссе тема задается лично обоснованным интересом.

Мы уже говорили об экзистенциальной окраске эссеистского поиска, то есть обусловленности его «выступления» наличием во внутреннем ментальном поле острой проблемы (проблем), «незавершенного гештальта». Повод же, как случайное, зачастую совершенно внешне не связанное с проблемой событие (или факт, деталь или фраза) выступает лишь последней каплей, «взмахом крыла бабочки» – то есть спусковым меха-

низмом, вроде неосторожного громкого слова, срывающего горную лавину.

2. Формирование заданности. Казалось бы – разговаривающие люди и горная лавина, где связь? Но среди миллиардов людей и миллионов лавин именно здесь и сейчас оказался один незадачливый человек и одна созревшая лавина... Воля, Рок, Фатум, Совпадение? Пушкин называл подобные кроссы «странными сближениями». Причем лишь внешне случайные, а при внимательном разборе – имеющие глубокое философское или политическое (как у Пушкина) обоснование (в частности, например, заяц и острое сопереживание декабристам). Или: из эпизодического, «рабочего» чтения «слабой поэмы» Шекспира «Лукреция» у гения родилась поэма «Граф Нулин», анализирующая (официально как бы «пародирующая») случайности и закономерности поворотов истории, а для посвященных выступающая актуальным публицистическим манифестом относительно декабристского мятежа.

Ходит легенда и о Сократе. По пути к месту занятий он предложил ученикам самим выбрать тему беседы. Но, говоря это, он споткнулся и расшиб колено. «Больно-то как, – проворчал, поднимаясь, Сократ. – Больно? Но что есть боль?.. Итак, ученики! Тема нашей сегодняшней беседы – боль!»

Выражаясь более строгим языком, на данном этапе производится выявление связей между выделенными в потоке входящей информации дискретными объектами: связывание их в целом «вторичной моделирующей системы». То, что на уровне текстов (и предложений) можно обозначить как «сближение», а на уровне отдельных слов, понятий или синтагм – можно назвать сепиловским «соположением значений».

То есть в целом *установлением горизонтальных связей в плоскости «повод – тема-материал – экзистенциальная проблема».*

Например, у Г. Гачева [11]: повод – «По радио обсуждают Олешу...» Тема заявлена в самом названии фрагмента: «Литература или опыты?» (и речь идет о разных аспектах его лите-

ратурной жизни – друзьях, ситуациях, методах, спорах и т. д.). Экзистенциальная проблема: «Вопрос к себе: каков же я?..»

3. Интимизация темы (проблемы), связывание ее с Личным мифом.

Там же (в ответ на пример «писательства» по канонам «жанра и стиля»): *А мне – Свобода, Простор на вылет души-мысли в никуда, в «Небо» – Бытия? Вселенной? Духа? – самая радость и условие раскупоренности ума и родника творчества = в-дух-новения... Но, конечно: нет ФОРМЫ, но поток – тактов жизни, кусков наблюдений. Правда, есть у каждого – начало: сюжет-тема сего опыта-дня – и конец; когда устал-выдохся, но не оттого, что разрешил-реализовал сюжет и опыт-кусок имеет единство. Нет – открытость, топорщится писание – вопрошающе и далее – и обрывается.* Эту операцию можно описать как актуализацию выделенных дискретных объектов связи и формирование «связок» ключевых аспектов поисковой задачи с последующим образованием вторичных значений.

4. Следующий этап связан с проникновением в сущность объектов (предметов, значений, слов). Эссеист абстрагируется от их периферийных и второстепенных связей и сосредоточивает внимание на их сущности. Это переходный этап, когда, скажем так, «модусные значения» объектов умозрения постепенно начинают раскрывать свой возможно-вероятностный потенциал. В. Налимов говорил о соединении с «гностической плеромой» бытия. Некоторые психологи говорят о вхождении в транс или медитативное состояние.

У Г. Гачева: *Еще вчера в застолье рождественском с Волгиным и Ириной Кабыш самообъясняться вынужден ревнивой иронии Св.: если в себя пишу – зачем же издаю?..*

5. Структурирование проблемного поля (этап открытий).

Раскрывающиеся смыслы объектов складываются в единства – различного рода ментальные образования и, структурно уплотняясь в сознании эссеиста, начинают все последовательнее определять и «подсказывать» автору переходы и движения его мысли, помогая различать правильные и ошибочные шаги и решения, давая ориентиры и направляя дальнейшие поиски и

интенции. По всей видимости, именно на данном этапе можно вести речь об интуитивных открытиях и озарениях, в виде собственно инсайтов (во фрагментарном типе эссе), спинов (при циклическом построении) и раппóртов (в линейном).

Г. Гачев: *И понял разность векторов: мой – это чтоб Слово, и Культура, и образование работали на меня: обсуждали-решали мои вопрошения к Бытию, Жизни, Истории и проч. – и помогали справиться с загвоздками-проблемами моего существования – лечили бы дух и душу. То есть записываются ОПЫТЫ ума с Бытием и Жизнью, наблюдения над миром и собой – экспериментатора своим жизнепрохождением. Но так как записи при этом и искренни и пластичны (мышление-то мое смешанное: художественно-образное и рассудочное), то получается текст опыта, имеющий уже общезначимость и интересность прочим людям, возможным читателям, хотя на них не рассчитана запись, а на себя, эгоистична. Так что получается нечто ВРОДЕ ЛИТЕРАТУРЫ, хотя не она в чистом виде и жанре. Как и нечто «вроде философии»...*

6. Формирование концепта. Найденные и осмысленные связи между обобщенными объектами формируют новое (порожденное в результате всего предыдущего напряженного «вопрошания» [12]) личностное образование – экзистенциалию, обогащающую Личный миф автора-эссеиста «новой территорией», добытой в акте (опыте) расширения личности и задающую общую парадигму принятия решения.

Г. Гачев: *Ну а отдаю печатать зачем?.. Это – не обязательно, не входит как установка в процесс мышления и записывания опыта. Записав, свое я получил, сделал – и уже мне неинтересно и читать написанное, оглядываться в зеркало, охорашиваться, но откладываю, как уж есть... А когда-то, когда уж отжило-умерло, – отчего не пустить в издание: как некоего жившего и умершего человека – опыты, общеинтересные ведь?.. И человекличность и судьба его оригинальны, и мысль не слаба, и слог – живой...*

7. Принятие решения. И в завершение опыта экзистенциалия-мысль формулируется в виде императива, вписываясь в более или менее рациональную индивидуально-

мифологическую картину мира автора, «закрывая» гештальт. Эту часть эссе можно условно назвать концовкой, завершением или стадией «катарсиса» (отпускания проблемной ситуации, освобождения от нее).

Г. Гачев (в 3-м лице о себе): *Пожалуйста, подглядывайте в замочную скважину – за его жизнью, как трепыхался человек с веслом-лопатою мыслиц-словес: вычерпывал воду из челнока своего, заливаемого волнами Океана Бытия.*

Изложенная выше методика эссеистического поиска является вполне реальной стратегией мышления. Однако стратегией достаточно специфической, поскольку очевидно относится к «естественным» эвристическим стратегиям. Вследствие этого она (как метод) зависима от множества факторов: эмоционального состояния эссеиста, его жизненного опыта и индивидуального стиля решения проблем, предпочтительных методов. Тем не менее, являясь независимой от характера разрешаемых проблем, она достаточно универсальна и может применяться в самых разных педагогических или психологических ситуациях либо журналистских жанрах, форматах и «регистрах».

Таким образом, в самом общем виде под эссе можно понимать публицистическое произведение, непосредственно отражающее субъективные, экзистенциально окрашенные, автопсихологические размышления автора над наиболее актуальными для него (смысложизненными) вопросами внутренней и социальной жизни (как правило, ситуациями морально-нравственного выбора: «Как мне быть?») в парадоксальной, зачастую ироничной форме с позиции индивидуально-мифологической картины мира.

Более кратко определение эссе будет звучать так: *публицистическое произведение, отражающее индивидуально-мифологическую рефлексию автора над жизненно значимыми для него проблемами внутренней (духовной) и социальной жизни.*

И окончательная формула жанра эссе будет такой: публицистическое произведение, отражающее экзистенциальную рефлексию автора [13, 22].

А. Л. Дмитриевский

Литература

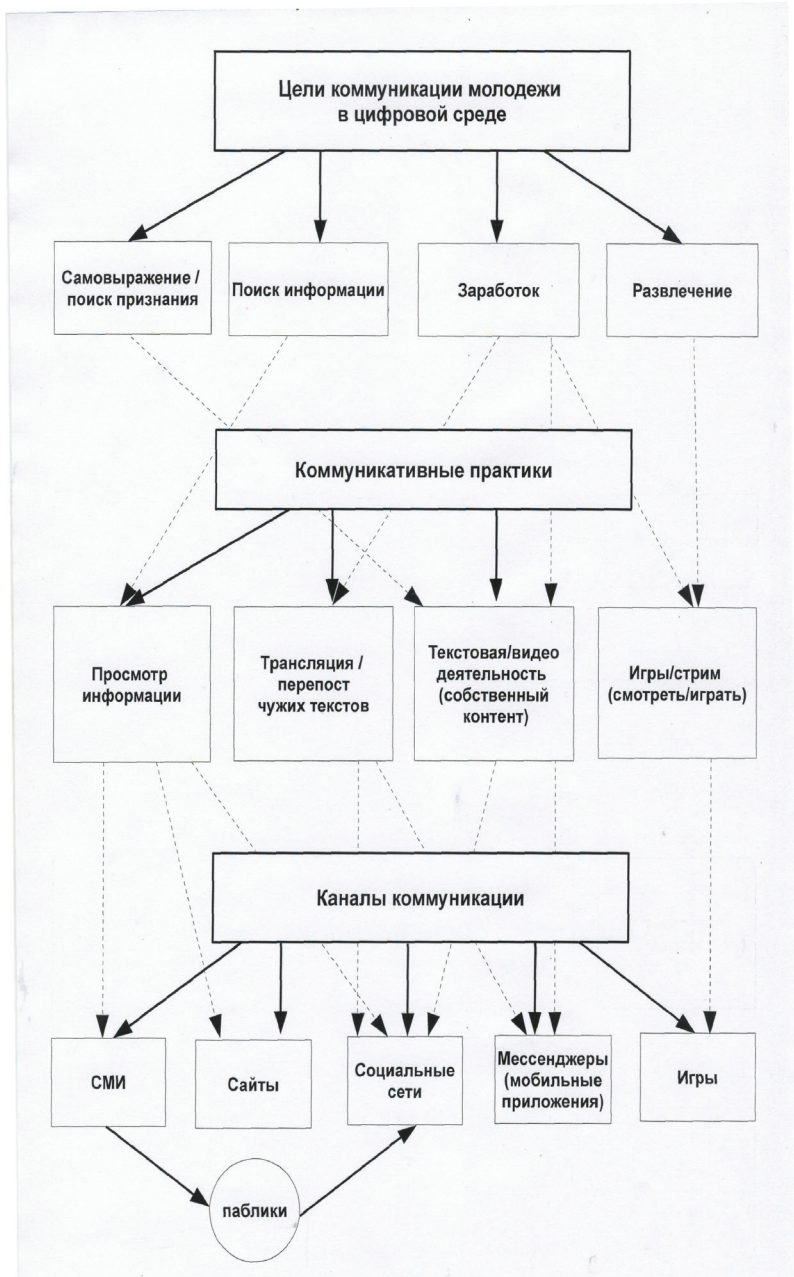
1. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики / А. Н. Леонтьев. – М. : Мысль, 1965.
2. Спиридонов В. Задачи, эвристики, инсайт и другие непонятные вещи / В. Спиридонов // Логос. – № 1. – 2014.
3. Лебедев С. А. Философия науки : краткая энциклопедия (основные направления, концепции, категории) / С. А. Лебедев. – М. : Академический проект, 2008.
4. Философия для аспирантов. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2003.
5. Философский энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1983.
6. Дмитриевский А. Л. Экзистенциальная теория журналистики : на пути к метатеории / А. Л. Дмитриевский // Вестник Челябинского государственного университета. – № 5 (360). – 2015.
7. Дмитриевский А. Л. Проблема теории журналистики в свете научно-методологических и философских подходов XXI века / А. Л. Дмитриевский // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия : Гуманитарные и социальные науки. – № 4. – 2011.
8. Бузальская Е. В. Функции концепта в современном эссе / Е. В. Бузальская // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – Выпуск № 2. – 2015.
9. Ready A. W. Essays and Essay Writing for public examinations / A. W. Ready. – London : George Bell and sons, 1900.
10. Мартынова А. Г. Обучение академическому письменному дискурсу в жанре экспозиторного эссе. На материале старших курсов языкового вуза : дис. ... канд. пед. наук / А. Г. Мартынова. – Омск, 2006.
11. Гачев Г. Д. Из жизненных мыслей последних лет (2005–2008) / Г. Д. Гачев [и др.] // Дневник современного философа. – М. : МГИУ, 2009.
12. Дурова О. И. Эссеизм : вопрошание о смысле / О. И. Дурова. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2001.
13. Дмитриевский А. Л. Жанр эссе. Очерк теории жанра / А. Л. Дмитриевский. – Орел : ИПФ «Картуш», 2006.

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 2, 2019)

Молодежь и политика: современные коммуникативные практики

Российская молодежь в большинстве своем не интересуется политикой и не участвует в выборах – это утверждение трудно оспорить, поскольку оно подтверждается масштабными исследованиями молодежных предпочтений, потребительских трендов и способов проведения досуга молодежью. Исследования ведутся как коммерческими структурами, так и государственными: те и другие прогнозируют коммерческое и политическое будущее страны. Так, масштабное исследование Сбербанка 2017 года [1] среди основных фактов о молодежи называют виртуализацию ее жизни, ориентацию на гедонизм и отрицание авторитетов. Исследование по заказу Росмолодежи, первое крупное социальное исследование государства, не случайно было проведено сразу после марта 2017: в протестных митингах участвовали студенты и даже школьники. Однако и оно продемонстрировало преобладание позиции «на диване» и отсутствие политической активности у современного студенчества (лишь 3,9% участвовало в политической жизни за последние полгода). Исследование предсказуемо продемонстрировало главенство социальных сетей как источника информации любого рода (в которых предпочтение отдается музыке и развлечениям в сравнении с политикой и экономикой) [2].

В отношении патриотических настроений и гражданской активности молодежи на родине интересны выводы исследования 2018 года компании ResearchMe, говорящие о готовности более трети молодежи покинуть страну [3]. Некоторые аналитики порой ставят совсем пессимистический социальный диагноз молодым людям. Так, публикация А. Матвеевой в журнале «Эксперт» о молодых специалистах озаглавлена «Амбициозные и бессмысленные». Впрочем, в ней же отмечается, что «близкое знакомство с технологиями значительно повышает конкурентоспособность «игреков» относительно взрослых менеджеров и работников и, как следствие, самооценку» [4].



Новостной медиадискурс со всей очевидностью демонстрирует, что даже акции с участием протестной молодежи (которой в мегаполисах в процентном отношении больше, чем в провинции) не набирают больше трех тысяч в Санкт-Петербурге и десяти тысяч – в Москве. Вообще, к объединению и согласованным коллективным действиям современная российская молодежь склонна мало: исследование Сбербанка свидетельствует, что и базовые неформальные сообщества (эмо, готы, скинхеды и подобные) в последнее пятилетие сошли на нет. Исследователи отмечают неэффективность государственной коммуникации с молодежью даже в онлайн-среде именно при обращении к ней по групповым основаниям: «Анализ регионального интернет-пространства показал, что молодежные палаты либо не имеют своих сайтов в Интернете, либо имеют нефункциональные площадки с низкой посещаемостью. Зачастую можно найти социальные группы в сети “ВКонтакте” (наиболее популярная русскоязычная социальная сеть), посвященные молодежным палатам, однако доступ к ним ограничен, либо они практически бездушны. Следовательно, можно сделать вывод, что создатели подобных структур либо не могут работать с молодежным сообществом открыто, либо подобные структуры не востребованы молодежью. Так или иначе, молодежные общественно-политические институты на сегодня остаются незаметными явлениями для широкой аудитории, они не способны найти отклик даже онлайн» [5, 143].

Политика сегодня – это, прежде всего, коммуникация, поэтому при вовлечении молодежи в электоральные циклы и ее гражданском и политическом просвещении следует исходить из основных мотивов, способов и коммуникативных практик данной целевой аудитории. Взаимосвязь и взаимодействие этих компонентов показано автором на схеме, явившейся итогом включенного наблюдения и пилотных опросов студенчества гуманитарных направлений вуза.

По способу коммуникативной вовлеченности молодежи интернет-среду можно рассматривать как зону самовыражения, отдыха, зону получения информации и как способ зара-

батывания денег. При этом понятно, что мотивы погружения в цифровую среду пересекаются. Так, видеоблогеры активно монетизируют свои хобби на YouTube и в Instagram, и именно это в студенческой среде является примером жизненного успеха. Очевидно, что популярность видеоблогеров и стремление молодежи следовать за модными трендами необходимо использовать в политической коммуникации, сделав участие в политической жизни модным делом популярных в онлайн лидерах мнений.

Интересно коллективное исследование томских ученых о коммуникации молодежи в социальных сетях. Но оно касается исключительно трансформации межличностной сферы [6]. О способах и сценариях личной жизни в онлайн писала прежде и автор данной статьи [7]. Однако возможности и сценарии политической коммуникации с молодежной аудиторией в цифровой среде еще недостаточно осмыслены, хотя успешные кейсы существуют.

Вполне успешно коммуницирует с молодежью Алексей Навальный, используя онлайн-каналы, а в них зрелищность, визуализацию всех своих идей, привычные молодежные способы подачи контента: хештеги, простые предложения, графическое выражение эмоций (<https://navalny.com/>). Это вполне согласуется с выводами исследователей Сбербанка, что *молодежь не следует перегружать большими объемами информации – должно быть сразу понятно и «цепляюще»*. Это как раз то, что вызывает опасения в научной среде и в профессиональном журналистском сообществе. Так, В. В. Тулупов отмечает: «Ориентация человека лишь на визуальную коммуникацию отчуждает его от словесности, которая способствует целенаправленному и скорейшему формированию общего информационного, эстетического, культурного кода (что, кстати, и облегчает расшифровку и визуального кода как частного случая) [8, 370].

Однако сегодня не только оппозиция и всевозможные экстремистские организации умело используют современный тренд на снижение ценности слова и текста, многоканальность и визуализацию молодежной коммуникации. Заслуживают

внимания усилия некоторых политических медиа, преимущественно созданных изначально в онлайн-среде. Так, портал политической аналитики «Политонлайн.ру» постоянно обновляет свои функции, осуществляет редизайн и полноценно интегрирует все свои разделы в социальные сети: любую статью, картинку, видео, фото можно *забрать в блог*, и, как подмечает сам ресурс, здесь это сделано не как у других, *гораздо «юзер френдли»* (<http://yablor.ru/blogs/politonlayn-perezagruzka/844294>). Заметно стремление данного портала расширить свою аудиторию как раз за счет молодежного сегмента, что отражается в речевой политике издания. Показателен пример из публикаций о протестных митингах 7 марта: «<...> осталась стоять в стороне девушка **с вдохновляющим плакатиком «Дам Дурову»**. Интересно, что внутри самой митингующей тусовки без тени смущения демонстрируют «рамки цензуры», поделив журналистов, которые пришли освещать это событие, на «плохих» и «хороших» <...>

Наблюдение за прошедшим мероприятием натолкнуло некоторых пользователей на размышления. К примеру, о том, что «законодателям пора задуматься, почему у такого количества людей, как на Сахарова, нет дачи»».

Очевидно, что сайты молодежных организаций (и Росмолодежь не исключение), сайты вузов и коммерческих фирм все меньше используются молодежью как источники информации, и все более востребованными становятся их паблики в социальных сетях, в то же время мессенджеры вытесняют социальные сети как канал для быстрого обмена сообщениями и ссылками. Вообще, вторичный контент (всевозможные перепосты, снабженные мемами, картинками и комментариями) более востребован, при этом утрата автора происходит не только метафорически, по Барту [9], но и вполне реально. Теперь уже не только рекламные, но и информационные тексты не подписываются сегодня или преподносятся в рубрике «от редакции», а также с указанием на коллективный источник информации (например, «как сообщает РБК»). Кстати, все компоненты холдинга РБК активно раскрывают свои паблики в социальных сетях, где

имеют в разы бОльшую подписку и число просмотров, чем на основных сайтах.

Интересен опыт некоторых региональных групп и пабликов в социальных сетях с политической тематикой, но их подписчики, как правило, исчисляются несколькими сотнями (<https://vk.com/csstmb68>; https://vk.com/thisis_media).

Помимо пабликов следует обратить внимание на такую коммуникативную практику, в которую вовлечены тысячи молодых людей в России, как *стрим*. *Striam* – (переводится как поток) – трансляция компьютерной игры в прямом эфире. Стример является игроком (геймером), который играет в компьютерные игры в прямом эфире, на глазах у подписчиков. Чем больше пассивных зрителей, тем большая возможность монетизации аккаунта стримера. Площадкой трансляций является специализированный сервис YouTube – Twitch.tv, где как раз находятся все любители поиграть на веб-камеру и любители на это посмотреть. Коммерческие структуры в последние два года все активнее используют стрим как ресурс для собственных маркетинговых усилий; интересно, что вокруг стримеров подчас образуется целая команда монетизаторов (продюсер, специалист по рекламе), и эта коммуникативная площадка также может быть использована для политической коммуникации с молодежью.

Самовыражение молодежи, ее досуг и способы коммуникации (вплоть до криминальных деструктивных практик) отражают **прямые видеотрансляции** в Интернете (в сетях Facebook, YouTube, Instagram). Видеотрансляции являются для одних способом самопрезентации (покупки в модном бутике), для других – способом поиска идентичности или коммуникативным актом отчаяния. Как разновидность этой коммуникативной практики в последний год активно используется создание stories (одна из популярных новых функций в социальных сетях, в частности Instagram), в котором пользователи создают историю своего дня из новых фото и видео, добавляя на них забавные стикеры и текст. Выложенный контент (преимущественно видео с комментарием, который наговаривает-

ся одновременно со съемкой) автоматически удаляется через сутки. Такую коммуникацию с миром осуществляет молодежь, подразумевая целевой аудиторией своих ровесников. Картинка или ролик рассказывает о моменте жизни, таком, который сам автор не воспринимает как некую долговременную ценность и не стремится к сохранению данного факта (ремонт, покупка, забавная ситуация).

Советуя *вовлечь молодежь в активное «практическое» взаимодействие (игры, переписки-комментарии)*, исследователи Сбербанка иллюстрируют такой тренд современной молодежной коммуникации, как ее **геймификация**, которая происходит как в офлайне (всевозможные квесты, ролевые игры, познавательные культурные практики в виде игр), так и в онлайн (коллективные игры и стрим).

При этом, как представляется автору статьи, ведущей коммуникативной площадкой для политиков все же в ближайшем будущем должен быть Интернет в его новых возможностях

Т. Л. Каминская

Литература

1. Исследование Сбербанка : 30 фактов о современной молодежи. – Режим доступа: <https://adindex.ru/news/researches/2017/03/10/158487.phtml> (дата обращения: 08.05.18).
2. Нагорных И. Росмолодежь : Государство замерило настроения молодежи после митингов / И. Нагорных. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3319568> (дата обращения: 08.05.18).
3. Ворошилов Н. Отъезд с переобучением. Молодежь готова к эмиграции ради заработка / Н. Ворошилов. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3568537> 07.03.2018 (дата обращения: 08.05.18).
4. Матвеева А. Амбициозные и бессмысленные / А. Матвеева // Эксперт. – 2014. – № 3 (882). – С. 66–71. – Режим доступа: <https://ok.ru/hrcons/topic/62403649617962> (дата обращения: 08.05.18).
5. Шумилов А. В. Молодежная политика и молодежь в политическом процессе : инновация или консерватизм (в преддверии электорального цикла) / А. В. Шумилов // PolitBook. – 2017. – № 4. – С. 138–148.
6. Социальные сети как площадка организации межличностных коммуникаций и перформанса идентичности цифрового поколения. Сборник материалов исследования // Томск, 2016. – С. 7–44.

7. Каминская Т. Л. Медиатизация личности: коммуникативный аспект / Т. Л. Каминская // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2015. – Т. 1. – № 41. – С. 1–4. – Режим доступа: www.tverlingua.ru (дата обращения: 08.05.18).

8. Тулупов В. В. Визуализация СМИ: достоинства и недостатки / В. В. Тулупов // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике. Сборник статей II Международной научной конференции. – Казань, 2016. – С. 368–371.

9. Барт Р. Избранные работы / Р. Барт. – М., 1989. – С. 384–391.

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 3, 2018)

Тематическое разнообразие дата-материалов в современных СМИ

Журналистика данных – направление массмедиа, появившееся в ответ на новые требования аудитории и трансформацию информационного поля. Активный перевод архивных, библиотечных документов в цифровую форму, постоянно обновляющиеся онлайн-ресурсы СМИ, ежедневно пополняющиеся открытые данные государственных органов в электронном формате привели к формированию понятия Big Data или «большие данные» (2001–2002 гг.). Специалист по сбору данных компании Google С. Стивенс-Давидовиц указывает, что «большие данные» очень расплывчатое понятие, поскольку никто не может ответить, с какого конкретно количества данных они считаются «большими». Однако, он отмечает, что «мы переживаем взрывной рост количества и качества различных видов доступной информации. Новые потоки влились через Google и социальные сети. Некоторые из них – продукт оцифровки информации, которая раньше была спрятана в шкафах и папках, другие получены в результате увеличения ресурсов, выделяемых на маркетинговые исследования» [9, с. 27]. Подобное мнение высказывает и лектор IT-школы Калифорнийского университета А. Вайгенд: «Социальные данные – самое ценное сырье XXI века, новая нефть... К счастью, информация как ресурс радикальным образом отличается от нефти. Запасы нефти на планете конечны, и по мере истощения этого ресурса его эксплуатация обходится все дороже. Количество же информации, напротив, растет в геометрической прогрессии, а стоимость технологий ее передачи и обработки неуклонно снижается... использование информации практически не ограничено, учитывая ее изобилие и цифровую форму» [2, с. 32–33].

А. Дорожный, журналист агентства дата-журналистики Mediagun, в свою очередь, указывает, что «большие данные позволяют персонифицировать материал. Если раньше Росстат давал только общие агрегированные данные, то сейчас можно сделать материал, который будет учитывать пол, возраст, социальный статус читателя. И все повествование может перестра-

иваться. Вот, например, материал The Washington Post про поколение миллениалов: вводишь год рождения – и дальше весь текст подстраивается под эту цифру» [7].

Таким образом, развитие Интернета и появление все большего количества открытых данных в электронном виде – причины развития дата-журналистики как отдельного направления.

Один из авторов «Пособия по журналистике данных» Пол Брэдшоу говоря о причинах появления дата-журналистики, подчеркивает, что буквально 20 лет назад данные сохранялись исключительно статистиками, поскольку только они имели возможность анализировать эти данные на базовом уровне. С появлением доступных для создания баз данных инструментов, как например Excel или Google Spreadsheets, каждый имеет возможность хранить и анализировать «большие данные». В качестве второй причины он указывает на появление открытых данных правительств по всему миру. Рост запросов на информацию и желание аудитории разобраться в отчетах о работе государственных органов сделали направление дата-журналистики быстро развивающимся и популярным у репортеров.

М. Е. Лисицин в статье «Понятие “журналистика данных” в современных научных публикациях» указывает, что «по состоянию на начало 2018 г. дата-журналистика – это междисциплинарная область, в рамках которой производство журналистского контента осуществляется на основе анализа данных... дата-журналистам необходимо охватывать не только журналистику, но и все те сферы знаний и умений, которые так или иначе связаны с открытыми данными и обработкой данных: программирование, статистический анализ, дизайн... Главный принцип журналистики данных – выстраивание материала не вокруг новости, а вокруг статистической, справочной информации, цифр, отчетной документации, сводок» [6].

Создание дата-материалов может преследовать разные цели, но, как правило, в итоге все они трансформируются в один из двух журналистских продуктов: журналистское расследование или социальный проект (чаще всего созданный в новостном отделе СМИ). Несмотря на разные цели, задачи и ритм работы, репортеры, по сути,

следуют в случае подготовки дата-материала единому алгоритму: поиск тем и значимых фактов в больших массивах данных, систематизация полученной информации, формулировка лейтмотива материала (какие-то цифры должны главенствовать над другими, иначе аудитория не сможет выделить ключевые сведения), подготовка качественной инфографики (визуализация – неотъемлемая часть журналистики данных, можно сказать, ее основной инструмент), отслеживание реакции аудитории на публикацию.

Если говорить о тематике дата-материалов, то здесь можно выделить определенную классификацию.

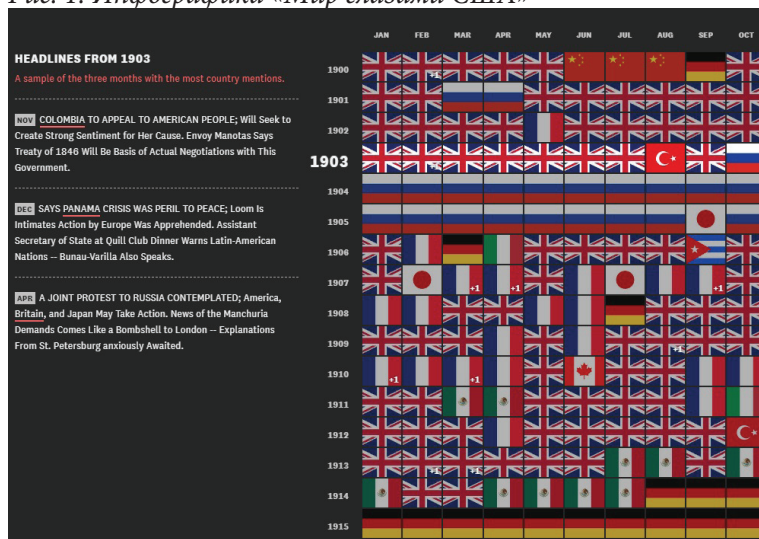
1. Исторические исследования

Историческая тематика в последние годы стала весьма распространенным предметом для создания качественной визуализации. Многочисленные исторические архивы, переведенные в цифровую форму и утратившие гриф «секретно», позволили по-иному взглянуть на многие исторические события.

Среди таких проектов стоит выделить исторический дата-материал «Новейшая история России 2006–2017» [8], созданный группой Mail.Ru. Благодаря удобной навигации, сделанной в виде графика, пользователь может сразу выбрать интересующий его год. На странице появляется подборка самых резонансных событий в России за этот период. Каждое событие описано через три аспекта. Первый: текст в хронологическом порядке описывающий произошедшее событие под заголовком «Я помню». Внутри текста встречаются гиперссылки на более подробное описание события из других источников. Далее следует мнение эксперта, и завершают подборку видеоматериалы крупных российских телеканалов об этом событии. Например, в 2017 г. заслуживающими внимания, по мнению создателей, стали события: «Теракт в Санкт-Петербурге», «Отставки губернаторов», «Кризис банковской системы», «Скандал вокруг “Матильды”», «Недопуск России к Олимпиаде-2018». В качестве видеоподборок авторы чаще всего обращались к материалам телеканала «Россия 24», также встречаются репортажи телеканалов РБК, Первого канала, «Москва 24», RT.

Еще одним ярким примером может послужить внушительный проект Рассела Голденберга [16], опубликованный на американском ресурсе The Pudding. Автор исследовал 741 681 заголовков газеты The New York Times в период 1900–2018 гг. Цель проекта – выяснить, какую страну американцы обсуждали больше всего в определенные исторические периоды.

Рис. 1. Инфографика «Мир глазами США»



Визуализация сделана в форме графика, где вертикальная ось – год исследования, а горизонтальная – месяц. Каждый месяц любого года в графике соответствует изображению флага страны, которую в американской газете обсуждали чаще всего (рис. 1). Например, в 2000 г. из 12 месяцев половину, то есть полгода, американцы обсуждали Китай, 3 месяца – Россию, по одному месяцу – Великобританию, Кубу и Францию. В 2017 г. – полгода снова пришлось на Китай, 5 месяцев обсуждали Россию, один месяц – Северную Корею. Важным дополнением к самой инфографике является и подборка самых обсуждаемых заголовков за рассматриваемый год, которые появляются слева от графика. Справа от визуализации расположена краткая справочная информация о самых резонансных исторических событиях того или иного периода в мировой истории.

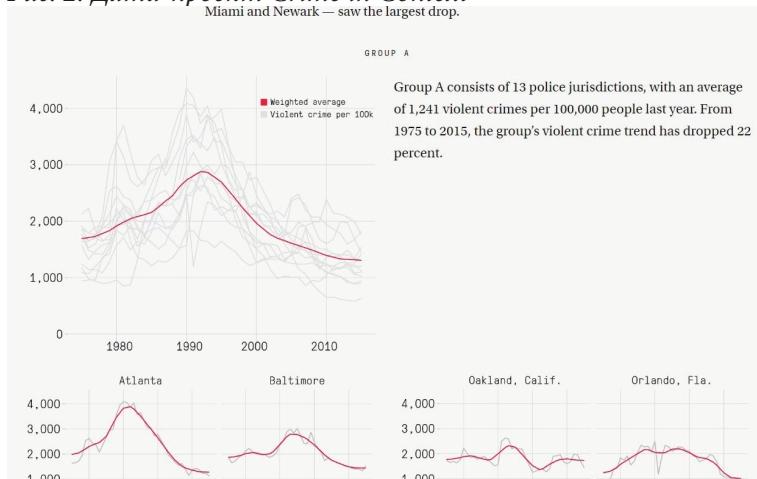
2. Криминальные дата-проекты

Инфографика, созданная на основе информации из полицейских или иных государственных баз данных о криминальных статистиках, стала появляться в крупных СМИ в начале 2010-х гг., когда дата-журналистика уже заявила о себе как об отдельном направлении в журналистике. За несколько лет многие редакции опубликовали графики, таблицы, диаграммы об уровне преступности в своей стране, о самых криминогенных районах мира, об увеличении или уменьшении преступлений за тот или иной период времени и т. д.

Одним из крупнейших проектов по этой тематике можно считать дата-материал небольшой редакции The Marshall Project, репортеры которой собрали данные о преступлениях в разных американских штатах за период 1975–2015 гг. (рис. 2). «В каждом из десятков городов, которые мы исследовали, было обнаружено, что уровень преступности достигал пика в 1980-х и 1990-х годах, а затем резко снижался в новом тысячелетии. Получившаяся история объединила журналистский текст с подробной инфографикой, чтобы продемонстрировать, как можно легко манипулировать данными о преступности. Если вы хотите доказать, что уровень преступности резко возрастает, создайте небольшую выборку городов и посмотрите на одну категорию преступлений в этой выборке в течение короткого периода времени. Но когда вы смотрите на данные как криминалисты и как мы, вы видите, что любая риторика, которая подтверждает, что страна захвачена волной преступности, во многом преувеличена» [12], – описывают свою работу авторы проекта.

Рис. 2. Дата-проект *Crime in Context*

Miami and Newark — saw the largest drop.



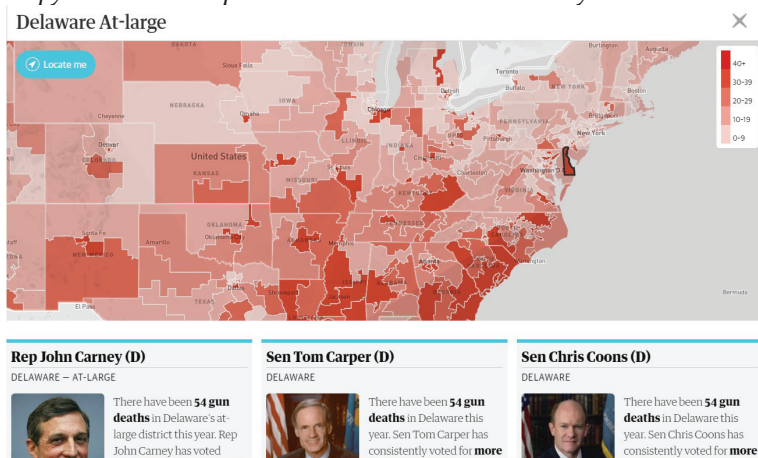
Первая интерактивная диаграмма включает в себя данные по исследуемым городам в четырех категориях: «Домашнее насилие», «Нападение при отягчающих обстоятельствах», «Изнасилование», «Ограбление». В каждой из категорий даны количественные показатели по любому из городов. Кроме того, в проекте есть таблица по среднегодовому уровню преступности в американских городах за 2015 г., а также представлена выборка из 10 городов, где наблюдалось наибольшее увеличение или уменьшение количества преступлений за период 2010–2015 гг.

Благодаря этому исследованию авторы смогли доказать, что уровень преступности на современном этапе ниже уровня 1990-х гг., а также выявить тенденции относительно городов и областей, где преступность растет.

Еще один пример криминального дата-проекта принадлежит *The Guardian* и посвящен смертельным случаям вследствие применения огнестрельного оружия в США. Объясняя причины появления данного проекта, авторы указали, что «масштабные массовые расстрелы в Сан-Бернардино и Колорадо-Спрингс привлекли внимание всей страны и вызвали дебаты о том, как уменьшить насилие с применением оружия. Но конгресс все еще не принял ни одного законопроекта об оружии,

хотя насилие с применением огнестрельного оружия распространяется не только на массовые расстрелы, в среднем в 2015 году по этой причине погибало более 30 человек в день» [14].

Рис. 3. Проект «Смертельные случаи с применением огнестрельного оружия в вашем районе: что сделали ваши депутаты?»



Интерактивная карта поделена на американские штаты, каждый из которых имеет свой цвет в зависимости от количества смертей вследствие применения огнестрельного оружия. При выборе определенного штата внизу карты появляются данные о чиновниках, ответственных за контроль за применением огнестрельного оружия, и дана информация о том, насколько изменилась ситуация после их избрания на эту должность.

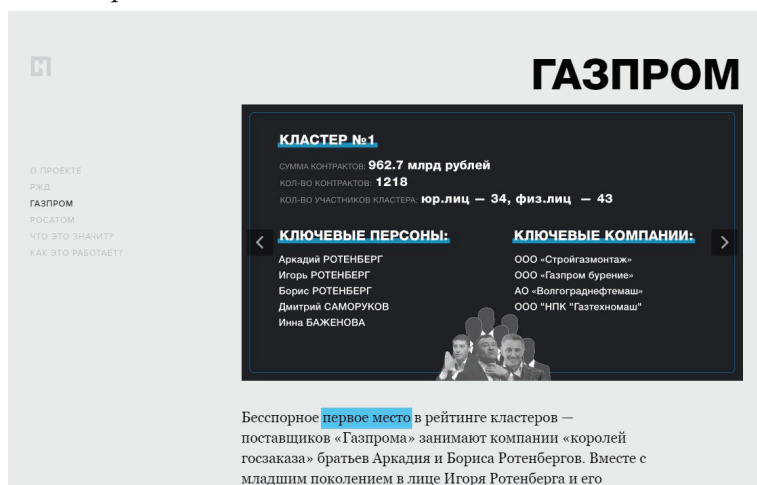
3. Коррупционные проекты

Проекты, связанные с коррупцией, относятся к журналистским расследованиям и содержат в себе доказательства явного злоупотребления служебным положением чиновниками или бизнесменами. Представленная информация при этом основана на сборе и обработке «больших данных» в открытом доступе.

Например, журналисты из дата-отдела «Новой газеты» активно работают с «большими данными», поскольку журналистское расследование априори предполагает изучение большого

массива информации. Эта интересная тенденция приводит к видоизменению самого метода проведения расследования: вместо «смены профессии» и получения сведений от тайных информаторов расследователи все чаще находят доказательства коррупции не выходя из редакции, пользуясь, по большей части, базами данных. Например, в июле 2018 г. репортеры создали свою программу, которая позволяет с помощью одного клика находить скрытые связи между крупными российскими бизнесменами. Спецпроект называется «Госзаказ и тайные холдинги» [3] и на данный момент посвящен ключевым фигурам предприятий ОАО «РЖД», Госкорпорации «Росатом» и ПАО «Газпром» (Рис. 4).

Рис. 4. Проект «Новой газеты»



Или еще пример – 17 сентября 2018 г. в «Новой газете» вышло расследование «ВИП-кочевники» [4]. В тексте подробно описан ход анализа и сбора «больших данных», а также принципы объединения информации. Освещение результатов исследования представлено в виде инфографики. Помимо красочных схем и графиков журналисты издания активно используют графические элементы и в видеOVERсиях расследований.

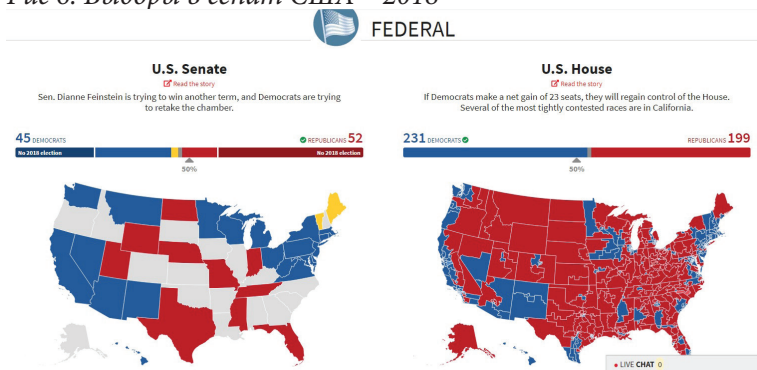
Профессии ранжированы по количеству смертей. При наведении курсора на интересующую профессию, читателю показывается небольшое окно с информацией о количестве смертей на 100000 представителей профессии и уровень средней ежегодной заработной платы (рис. 5). Так, согласно данным агентства, в США первые пять позиций по опасности занимают профессии рыболова, лесоруба, пилота самолета, разнорабочего, металлурга.

5. Политические дата-материалы (отчеты о деятельности политиков/чиновников, голосования, рейтинги)

Проект МИА «Россия сегодня», который успешно функционирует и сегодня, – «Конфигуратор Государственной думы РФ» [5]. Этот ресурс позволяет увидеть все имеющиеся в открытом доступе сведения о том или ином депутате, включая данные о налоговых декларациях, данные о доходах супругов, сведения о недвижимом и движимом имуществе и т. д. Однако проект своего развития не получил, и сравнительные данные можно увидеть только за период 2011–2012 гг.

Американское издание The San Francisco Chronicle уже рекомендовало себя как профессиональное СМИ в области инфографики по освещению выборов в США. В 2016 г. во время выборов президента США они сделали визуализацию результатов по штатам и партиям, что понравилось не только коллегам-журналистам, но и многомиллионной аудитории. С тех пор страница регулярно обновляется, и на данном этапе опубликованы последние результаты выборов в сенат США в ноябре 2018 г. [15].

Рис 6. Выборы в сенат США – 2018



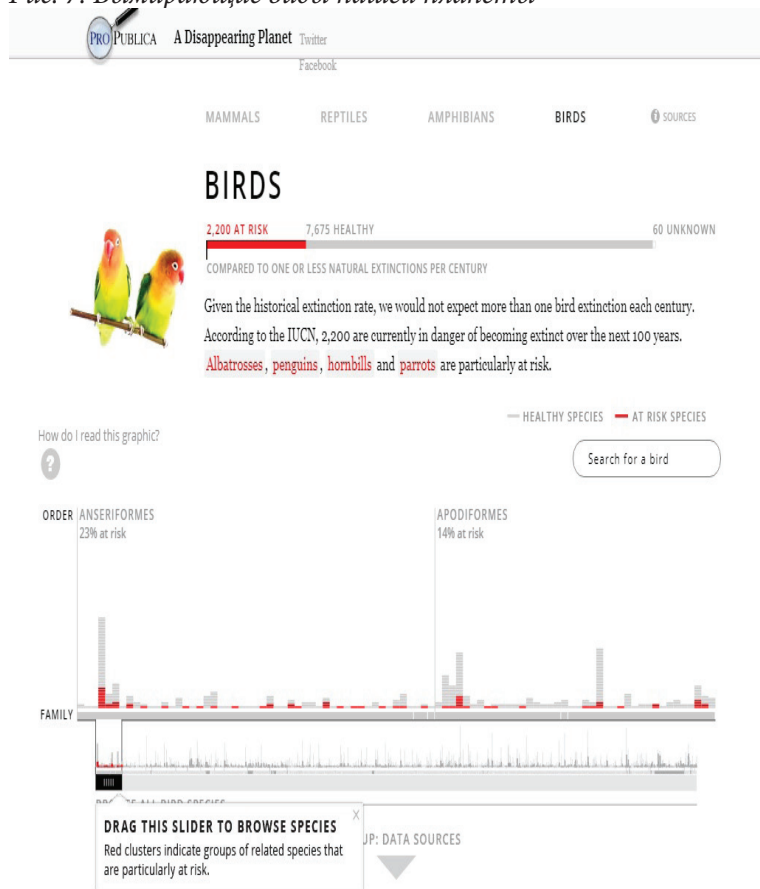
Удобная визуализация представляет собой не только интерактивную карту с результатами голосования по партиям, но и таблицы с конкретными цифрами проголосовавших, рейтингом кандидатов, краткими пояснениями сути представленных изображений, а также ссылки на полноценный журналистский материал по данной теме. Такой способ подачи информации и схожие изобразительные элементы активно использует и «Международный консорциум журналистов-расследователей» (ICIJ), ставший всемирно известным после публикации расследования «Панамские архивы». Именно качественно сделанная визуализация позволила собрать воедино и сделать максимально понятным аудитории материал, основанный на изучении терабайтов данных. И в издании г. Сан-Франциско подобный подход оказался весьма успешным, поскольку многочисленные данные по результатам выборов сложно сделать привлекательными для массового читателя.

6. Экологические исследования

Экологическая журналистика на современном этапе представляет собой по большей части репортажи о нарушении экобаланса вследствие загрязнения окружающей среды или документальные фильмы о многообразии растительного и животного мира планеты. Однако есть и интересные проекты журналистики данных на экологическую тематику, один из которых сделан некоммерческим центром ProPublica, ориентиро-

ванном на проведение журналистских расследований. Проект посвящен исчезновению животных во всем мире. При изучении данных недавних биологических исследований было обнаружено, что сегодняшние показатели вымирания конкурируют с показателями массового вымирания, уничтожившего динозавров 65 миллионов лет назад.

Рис. 7. Вымирающие виды нашей планеты



Проект разделен на четыре крупных раздела: «Млекопитающие», «Рептилии», «Птицы» и «Земноводные». В каждом разделе существует поиск отдельного вида животных, который тут

же отобразится на представленном графике с указанием степени риска вымирания и семейства, к которому этот вид относится.

7. Спортивные дата-материалы

Работа с «большими данными» в спортивной сфере имеет ряд специфических особенностей. Прежде всего, эти данные никто не скрывает: результаты соревнований, показатели каждого члена команды или команды в целом, посекундные итоги каждого соревнования – все это может найти любой пользователь в полном объеме. Вследствие этого проблемой является поиск интересных и важных данных из огромного количества числовых, статистических показателей.

«Спорт – это та часть новостного контента, где аудитория действительно заинтересована в точных цифрах. Намного сложнее продать историю данных в других новостных контекстах» [10], – говорит Стив Дойг, преподаватель Школы журналистики и массовых коммуникаций им. Уолтера Кронкайта.

В качестве примера можно привести проект BBC, приуроченный к Олимпийским играм – 2016 в Рио-де-Жанейро. Приложение позволяет любому пользователю найти своего «клона»-спортсмена по физическим показателям. При вводе своих роста, веса и даты рождения читатель видит максимальное совпадение собственных данных с одним из олимпийских спортсменов (рис. 8). На странице приложения указано, что «в этом проекте было задействовано более 10 500 спортсменов из примерно 11 500 человек из официальной олимпийской базы данных (ODF). Некоторые спортсмены не были включены, так как их рост, вес и возраст не были доступны... Совпадение между читателем и спортсменом в базе данных рассчитывается с использованием математической техники, называемой евклидовым расстоянием. Данная методика позволяет рассчитать расстояние между данными пользователя и всех спортсменов. Атлеты с самым коротким расстоянием до пользователя затем сопоставляются с ростом и весом пользователя. Если более трех спортсменов имеют одинаковое расстояние до пользователя, то для выявления дальнейшей взаимосвязи используется дата рождения пользователя» [17].

Рис. 8. Спортивный проект дата-журналистики BBC

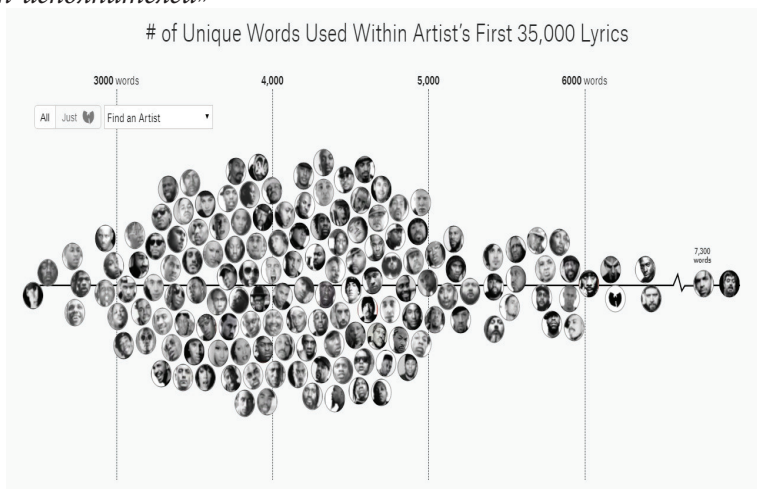
The image shows a screenshot of the BBC Sport website. At the top, there is a navigation bar with the BBC logo, a search bar, and links for Home, News, Sport, Weather, Shop, Reel, Travel, Capital, and More. Below this is a yellow banner with the word 'SPORT' and a menu for various sports: Home, Football, Formula 1, Cricket, Rugby U, Tennis, Golf, Athletics, and Cycling. A secondary navigation bar includes 'Olympics > Rio 2016 > Results | Schedule | Medals | Sport by Sport'. An advertisement for 'SPAIN'S ELITE FEMALE BULLFIGHTER' is visible. The main content area features a green background with the title 'Who is your Olympic body match?'. Below the title, there is a form with three input fields: 'Height' (with units cm, ft/in and in, ft/cm), 'Weight' (with units kg, st/lb and lb, st/kg), and 'Date of birth' (with fields for DD, MM, and YYYY). There are radio buttons for 'Female' and 'Male', and a 'Find your match' button. Illustrations of various athletes in different body types are shown on either side of the form.

Данный проект стал финалистом премии Data Journalism Awards 2017. Это масштабный дата-материал, в котором было задействовано большое количество сотрудников, детально проработавших олимпийскую базу данных и использовавших все сведения о физических характеристиках спортсменов, находящиеся в открытом доступе.

8. Культурные и развлекательные проекты

В январе 2019 г. на портале The Pudding журналист Мэтт Дениэлс опубликовал исследование «Самый большой словарный запас хип-хоп-исполнителей» [13]. Реперы в представленной визуализации ранжированы по количеству слов, употребляемых в их текстах песен. Автор брал первые 35 000 песен каждого исполнителя и подсчитывал количество слов в «словаре» певцов. Итогом данного исследования стала масштабная визуализация в форме пузырьковой диаграммы, где при наведении курсора на каждого исполнителя появляется информация о количестве слов.

Рис 9. Инфографика «Самый большой словарный запас хип-хоп-исполнителей»



Помимо представленной на рис. 9 инфографики в рамках опубликованного проекта автор также создал таблицу по хронологическому принципу, с помощью которой смог прийти к любопытному выводу: «С момента первоначального выпуска в настоящее время заметна тенденция к меньшему количеству уникальных слов среди новых художников...» [13].

Примечательно также, что авторы дата-проектов всегда описывают методику своего анализа, что может служить хорошим подспорьем для практикующих журналистов, желающих начать делать подобные исследования.

Представленные материалы доказывают, что формат дата-проектов может быть различным: от визуализации до длинных статей с элементами инфографики. Однако общая и обязательная черта таких материалов – ориентация на статистику, количественные показатели, «большие данные». В целом можно утверждать, что журналистика данных активно развивается во всех областях: от освещения политических проблем до анализа событий из мира шоу-бизнеса. Причем исполнение социального заказа осуществляется как в крупных редакциях СМИ, так и в рамках индивидуальных проектов. Главное условие – общественный интерес.

Число дата-материалов в СМИ стремительно растет. Наглядное доказательство – ежегодная премия Data Journalism Awards, организуемая Global Editors Network. В прошлом году в конкурсе участвовало 573 проекта из 51 страны. Среди конкурсантов можно увидеть не только крупные редакции СМИ США, Великобритании, Австрии, Германии, Бразилии, но и проекты небольших СМИ из Украины, Сербии, Колумбии, Кении.

Представленная тематическая классификация, в свою очередь, позволяет сделать вывод, что дата-журналистика весьма востребована в медиасреде. Если в начале 2010-х гг. дата-материалы встречались исключительно в расследовательских проектах и в материалах на социальную тематику, то теперь дата-журналисты создают проекты о звездах шоу-бизнеса, культуре, развлекательные материалы на основе анализа «больших данных». В связи с этим интересно отметить, как аналитический метод сбора и обработки информации применяется для создания материалов, интересных для массовой аудитории и реализующих исключительно рекреативную функцию. Судя по всему, эта тенденция будет продолжаться.

Д. В. Неренц

Литература

1. Бюджетный калькулятор // РИА Новости. – Режим доступа: <https://ria.ru/infografika/20121224/915963747.html> (дата обращения: 24.02.2019).
2. Вайгенд А. Big Data. Вся технология в одной книге / А. Вайгенд. – М. : Эксмо, 2018. – 384 с.
3. Госзаказ и тайные холдинги // Новая газета. – Режим доступа: <https://goszakaz.novayagazeta.ru> (дата обращения: 10.09.2018).
4. Долинина И. ВВП-кочевники / И. Долинина, О. Мараховская // Новая газета. – Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/09/17/77842-svoih-ne-brosaem> (дата обращения: 17.09.2018).
5. Конфигуратор Государственной думы РФ // РИА Новости. – Режим доступа: <https://ria.ru/infografika/20130627/946076857.html> (дата обращения: 18.01.2019).
6. Лисицин М. Е. Понятие «журналистика данных» в современных научных публикациях / М. Е. Лисицын // Коммуникативные исследования

ния. – 2018. – № 3. – С. 144–154. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-zhurnalistika-dannyh-v-sovremennyh-nauchnyh-publikatsiyah> (дата обращения: 24.02.2019).

7. Необычные профессии : дата-журналист // Официальный сайт сервиса HeadHunter. – Режим доступа: <https://hh.ru/article/22535> (дата обращения: 19.02.2019).

8. Новейшая история России 2006–2017 // Mail.Ru. – Режим доступа: <https://russia.mail.ru/#event2015> (дата обращения: 18.02.2019).

9. Стивенс-Давидовиц С. Все лгут. Поисковики, Big Data и Интернет знают о вас все / С. Стивенс-Давидовиц. – М. : Эксмо, 2018. – 382 с.

10. Bouchart M. A data journalist's guide to sports data / M. Bouchart // Medium. – Режим доступа: <https://medium.com/data-journalism-awards/a-data-journalists-guide-to-sports-data-cbeb0d7ab94c> (дата обращения: 16.02.2019).

11. Cannon C. The Deadliest Jobs in America / C. Cannon, A. McIntyre, A. Pearce // The Bloomberg. – Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/graphics/2015-dangerous-jobs> (дата обращения: 06.02.2019).

12. Dancer G. Meagher T. Crime in Context / G. Dancer, T. Meagher // The Marshall Project. – Режим доступа: <https://www.themarshallproject.org/2016/08/18/crime-in-context> (дата обращения: 10.02.2019).

13. Daniels M. The Largest Vocabulary In Hip Hop / M. Daniels // The Pudding. – Режим доступа: <https://pudding.cool/projects/vocabulary> (дата обращения: 26.01.2019).

14. Davis K. Gun deaths in your district: what have your elected representatives done? / K. Davis, R. Harris, N. Popovich // The Guardian. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2015/dec/14/gun-control-laws-congress-shooting-deaths-nra-lobby-campaign-donations#10-00> (дата обращения: 10.02.2019).

15. Election 2018. Live Results // The San Francisco Chronicle. – Режим доступа: <https://projects.sfchronicle.com/2018/midterm-election> (дата обращения: 12.02.2019).

16. Goldenberg R. The World through the Eyes of the US / R. Goldenberg // The Pudding. – Режим доступа: <https://pudding.cool/2018/12/countries/> (дата обращения: 20.02.2019).

17. Stylianou N. Who is your Olympic body match? / N. Stylianou, J. Walton, N. Mercer // BBC Sport. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/sport/olympics/36984887> (дата обращения: 16.02.2019).

Впервые была опубликована в альманахе «Акцентны. Новое в массовой коммуникации» (выпуск 3–4, 2019)

Сетевой медицинский дискурс: коммуникативные практики тематических интернет-сообществ

Медицина, будучи «совокупностью знаний, теорий, методов, средств и технологий, полезных для понимания и решения задач здравосозидания, оздоровления, профилактики, лечения, реабилитации и спасения жизни» [1, 50], в настоящее время занимает особое место в дискурсах человека повседневности, различных общественных групп, социальных и политических институтов, что является следствием медиализации – «социокультурной гегемонии медицины в современном обществе» [2, 256], сформированной на основе представлений о том, что многие личные и общественные проблемы имеют медицинский характер, могут быть объяснены («диагностированы») с опорой на категории здоровья и здравоохранения, а решены («вылечены») – благодаря применению разнообразных медицинских практик и расширению присутствия медицины в различных сферах жизни человека.

Разговоры о здоровье и медицине становятся важной частью повседневности. И если раньше эти разговоры в основном велись в коммуникативном пространстве института здравоохранения и предполагали профессиональное общение специалистов или достаточно формальный, регламентированный диалог «врач – пациент», то сегодня медицинский дискурс – многоуровневый, многоформатный и в то же время вездесущий: он обеспечивает высокие рейтинги телеканалов (ток-шоу о здоровье, тележурналы о достижениях медицины, телеинтервью со специалистами и т. д.), становится частью игровой компьютерной культуры (игровые симуляторы работы хирурга, стратегические игры по организации работы медицинской службы спасения и т. п.), легко проникает в идеологическое пространство политической коммуникации (*Я, ты, он, она: мы – здоровая страна; Быть здоровым, жить активно – это стильно, позитивно*), формирует повестку дня виртуального сетевого общения (напр., «клубы по интересам» на площадках интернет-форумов) и т. д.

Как отмечает польский исследователь З. Мелосик, «многие люди неустанно вслушиваются в свое тело, думают о потенциальных болезнях и способах их избегания. Их жизнь протекает от исследования к исследованию, от результатов к результатам, а число потенциальных диагнозов потенциальных болезней растет – одновременно с развитием медицины – из года в год. Такая ситуация усиливает, еще раз утверждает чувство жизненной и идентичной неуверенности. Жизнь становится ожиданием болезни, более того, жизнь становится болезнью» [3, 124]. Открытый доступ к различным источникам медицинского знания, агрессивное «продвижение» медицинской информации к потенциальным потребителям медицинских услуг и товаров способствуют тому, чтобы современный человек вовлекался в околomedicalные дискуссии, проявлял интерес к практикам самодиагностики и самолечения. Так, бесплатный открытый онлайн-сервис сайта *doktora.by*, основанный, как отмечается его создателями, «на доброй воле неравнодушных врачей и отчаявшихся пациентов», предлагает пользователям Сети быть активными участниками обсуждений: *Если Вы врач и знаете ответ на вопрос, пожалуйста, рассмотрите возможность ответить на него; Если Вы не врач, но можете подсказать, куда обратиться, чтобы проблема, поднятая в вопросе, могла быть решена, пожалуйста, напишите свой комментарий под вопросом (doktora.by).*

Сетевой медицинский дискурс сегодня является одним из наиболее динамично развивающихся русскоязычных сетевых тематических (профессионально ориентированных) дискурсов, обнаруживающих в своей реализации качества массмедийного и маркетингового дискурсов. В работе К. Ахниной и В. Куриленко описаны следующие признаки сетевого медицинского дискурса: лингвотерапевтическая направленность, гетерогенность субъектной сферы, интерактивность, градуально-институциональный характер, поликодовость, жанровая диффузность, процессуальность, множественность модусов реализации и др. [4].

Предметом нашего интереса являются коммуникативные практики сетевого медицинского дискурса в цифровом про-

странстве Беларуси. Основным материалом для исследования стали сообщения пользователей в медицинских разделах форума интернет-ресурса «Онлайнер» (forum.onliner.by) – далее ФО, форума «Тут говорят» (talks.by) – далее ТГ, «Гродненского форума» (forum.grodno.net) – далее ГФ, «Большого Белорусского форума» (forum.4minsk.by) – далее ББФ. Также привлекались для анализа материалы других тематических интернет-ресурсов (блогов на специализированных сайтах, каналов видеохостинга YouTube, пабликов в социальных сетях). **Все цитаты приводятся с сохранением авторской орфографии и пунктуации.**

Рассмотрение сетевого медицинского дискурса Беларуси в контексте культуры коммуникаций цифрового общества позволяет описать изменения в информационно-коммуникационном взаимодействии его участников. Виртуальные пространства сети Интернет создают условия для трансформации традиционных (консультации пациентов в режиме электронной переписки) и формирования новых (медицинские чат-боты) коммуникативных практик в сфере медицины, для изменения организационных форм взаимодействия отдельных участников и их групп в рамках института здравоохранения (сетевые сообщества пациентов).

В общей системе создания и распространения медицинского знания расширяется репертуар и растет роль различных медиаканалов сети Интернет (рекомендация больному *Спросите у Великого Гугла* (ГФ. 16.10.206) уже не кажется бесполезной), и особое место среди соответствующих тематических источников занимают сетевые сообщества: «Самым важным направлением использования Интернета для потребителей медицинских услуг является возможность объединять пациентов с общими проблемами в «виртуальные сообщества». Интернет часто является первым прибежищем пациента, узнавшего о серьезном, хроническом заболевании» [5, 7].

Информационное поле сетевого медицинского дискурса Беларуси в настоящее время формируется следующими основными интернет-ресурсами:

– сайты органов управления, медицинских, фармацевтических, образовательных и других организаций системы здравоохранения страны (minzdrav.gov.by, med.grodno-region.by, pharma.by, vsmu.by, omr.by, e-health.by и т. д.); в гипертекстовом пространстве таких сайтов представлена разноплановая информация, способствующая выполнению организациями своих функций, а коммуникация всё в большей степени организуется на основе клиентоориентированного подхода, связанного с представлениями о рынке медицинских услуг и об организациях здравоохранения как участниках этого рынка;

– справочно-поисковые системы, в том числе: информационно-поисковые порталы для врачей и пациентов (doctor.by, medportal.org, infodoktor.by, zubnoi.by), рекомендательные сервисы и сервисы по поиску врачей и клиник (zoon.by, superdoctor.by, 2doc.by, doctoranna.by, 36n6.by, vrachi.by), сервисы по поиску лекарств (103.by, tabletka.by), сервисы онлайн-консультаций (doktora.by, doctoradvice.by); такое функциональное разделение ресурсов достаточно условное, так как обычно они совмещают все вышеуказанные формы деятельности;

– специализированные интернет-СМИ или сетевые аналоги печатных изданий (medvestnik.by, aptekar.info, medjournal.by, mednovosti.by и др.);

– интернет-форумы о здоровье и медицине и соответствующие разделы политематических интернет-форумов (poliklinika.by, forum.onliner.by, velvet.by и т. д.);

– виртуальные сообщества пациентов и/или врачей с одинаковыми интересами: «Сообщество онкопациентов Беларуси» (oncopatients.by), «Первый урологический портал Беларуси для пациентов и врачей» (uro.by), «Гемофилия. Беларусь – неофициальная группа для общения больных гемофилией, а также людей, неравнодушных к этому» (vk.com/belabg), «medicine.| Врачи Беларуси» (vk.com/medicineby), «Клуб врачей Беларуси» (instagram.com/doctors_club);

– персональные сайты медицинских работников (doctorplastic.by, plastic-surgeon.by, vladrov.com и др.), выполняющие в зависимости от выбранного формата информационную, ре-

кламную, просветительскую, коммуникационную функции, способствующие формированию имиджа специалиста (обычно врача частной практики) в профессиональной среде и продвижению медицинских услуг;

– паблики и блоги врачей и медицинских организаций в социальных сетях, представляющие в настоящее время самый популярный и быстро растущий сегмент интернет-коммуникации, например, на платформах Instagram (@doctor_rudskaya, ginekolog_trofimchik, sovydermatologa, doctor_elena_korsak), Facebook и «ВКонтакте» (Андрей Беловешкин), YouTube (Dr.X).

Следует отметить, что интернет-пространство имеет глобальный характер, пользователи Сети ищут информацию медицинской тематики независимо от своей территориальной принадлежности, а обращение к региональным медиаканалам становится актуальным только в случае поиска информации об организациях и врачах, к которым можно было бы обратиться с целью получения медицинской помощи. Для жителей Беларуси единое пространство медицинского дискурса связано с языком, на котором представлена информация, и включает в первую очередь все русскоязычные ресурсы.

Появление новых информационно-коммуникационных сред для общения на медицинскую тематику требуют от специалистов сферы здравоохранения дополнительных коммуникативных компетенций, в том числе умения участвовать в профессионально ориентированном виртуальном сетевом общении, что предполагает овладение набором коммуникативных практик, например, коммуникативной самоидентификации (блогер, форумчанин), публикации разножанровых сообщений на платформах разных социальных сетей (создание темы, написание постов и комментариев), конструирования групповых коммуникативных активностей внутри сетевого сообщества (ведение дискуссии, обмен контентом). «Тем не менее для абсолютного большинства отечественных докторов пока это terra incognita. В то время как за границей врачи зачастую имеют не только блог, но и собственный сайт, самые продвинутые пишут книги и ездят с лекциями на тему, как вести медицинский блог, а в

медицинских школах студенты обязательно изучают этические аспекты блогинга» [6].

Медиатизация и цифровизация коммуникации на медицинские темы приводят к целому ряду новаций. И, прежде всего, отмечаются изменения в отношении к медицинскому знанию как феномену профессиональной и повседневной культуры. «Еще недавно эксклюзивные, недоступные для лиц за пределами медицинского профессионального сообщества» знания становятся открытыми [7, 170]. Этот переход от тайного, в определенном смысле эзотерического, сакрального, сложного для понимания обычного обывателя знания к знанию обиходному, практическому, основанному на опыте и житейской мудрости, отражается в содержании коммуникативных практик и их лексическом описании: **Врачебная нетайна: Как выглядят Instagramы медиков (birdinflight.com); Круто! Больные сами знают, какой именно орган у них болит. Наверное я зря просиживаю штаны у себя в кабинете! ;-** (ГФ. 08.07.2010); **Попробуйте поставить диагноз по аватарке, или забросили эту практику?** (ГФ. 19.03.2017).

Снятие священных покровов с медицинского знания происходит в том числе под влиянием активных визуальных практик медицинских работников, ведущих свои Instagram-каналы или видеоблоги, в том числе создающих посты в виде:

а) диагностических/самодиагностических рекомендаций: **Это грибок? Нет, это эритезма. <...> Как выглядит эритезма? (смотрим фото в карусели) (sovetydermatologa);**

б) подробных описаний лечебных практик: **Почувствуй себя доктором. <...> Прочтите внимательно! Не обязательно вникать в анализы, но думаю кричащий показатели заметят все?! <...> Вы обратите внимание на то, как готовится к беременности здоровая девочка! На каком этапе предлагаются КОКи? <...> Назначены ли необходимые ей препараты на самом деле? А каких важных обследований нет? Откуда стали появляться кисты? (@doctor_rudskaya);**

в) ироничных «картинок со смыслом»: **Вопрос гинекологу: ... где я заразилась эндометриозом? (ginekolog_trofimchik).**

Грань между публичным и интимным становится размытой, сомнительными оказываются этические и эстетические качества информации: «Врачи – люди с фантазией и развитым чувством прекрасного. Например, они трепетно собирают композиции из удаленных складок, комков и наростов; фотографируются рядом с пациентом на операционном столе и рисуют смайлики на пластырях. Некоторые пластические хирурги даже называют груди вишенками, а себя – модельерами женских тел» [8].

Впрочем, и пользователи прибегают к различным визуальным практикам – например, выкладывают подробное описание анамнеза, размещают фотографии, рентген-снимки с просьбами их расшифровки и соответствующей диагностики: *Здравствуйте! Недели две назад появилось покраснение на плече. <...> Если не сложно, **посмотрите, пожалуйста*** (ТГ. 09.08.2016); *А Вам диаграмму расшифровать не нужно случаем? **Дайте фото**, мы тут все вместе над ней и поколдуем* (ФО. 06.01.2006); *народ **покажите фотку** что будет после удаления родинки на ее месте???* (ФО. 25.08.2006). Все большее количество людей не удовлетворены состоянием своего здоровья, а новые медиа и создаваемая ими медиатизированная «поп-медицина усиливают беспокойство обывателей, заставляют их быть активнее» [3, 130].

Говоря о растущей «зоне напряжения» между верой и фактом и о распространении «фундаментально антинаучных установок» как глобализационных явлениях, швейцарский ученый М. Делл'Амброджио отмечает, что эти явления в первую очередь характерны для медицинского дискурса: «Альтернативная медицина, эзотерическое мировоззрение и сектантство потеснили доказательный принцип в сфере здравоохранения» [9, 73]. Поскольку в тематических интернет-сообществах роль различных фильтров (институциональных, экспертных, этических) для управления потоками информации снижена, в сетевом медицинском дискурсе на абсолютно равных условиях распространяется научное и вненаучное медицинское знание, например: *В данной теме предлагаю **коллекционировать редкие медицинские материалы, спорные мнения, противоречия официальной медицине и нетрадиционные методы лече-***

ния болезней (ГФ. 22.02.2013); *Ищу целителя, который лечит руками* (ФО. 25.06.2011).

Сетевая коммуникация на медицинские темы служит одним из способов формирования обыденной медицинской культуры, включающей в себя «разрозненные знания из области научной, традиционной и народной медицины, стереотипы и предубеждения, социокультурные мифы и традиции, социальные, правовые, религиозные нормы, регламентирующие жизнедеятельность человека в области сохранения здоровья человека, а также индивидуальный опыт возникновения, течения и лечения различных заболеваний» [10].

В сетевой межличностной коммуникации на медицинские темы участниками интернет-сообщества совместно переживается и оценивается опыт сохранения здоровья, предупреждения и лечения болезней, и на этой основе формулируются ценностно значимые смыслы. Важное место в сетевом медицинском дискурсе занимают ценностные стереотипы и императивы, представляемые в форме оценочных, деонтических, самоидентифицирующих высказываний – медицинских пословиц и антипословиц: *Недостаточно быть врачом, надо еще уметь помочь; К лекарствам надо голову иметь* (ГФ, подписи в профиле пользователя); *В медицине все средства хороши, как на войне* (ГФ. 18.03.2017); *Правильно говорят – зубы господь дает человеку два раза – третий раз за это нужно платить* (ФО. 03.02.2014); *Можно в жизни ставить точку, если вдруг откажет почка* (ГФ. 05.10.2012); *К врачу ходят, чтобы услышать, как болезнь называется, а потом читать о ней в интернете (@ doctor_rudskaya. 14.02.2018).*

Одним из ключевых модусов сетевой медицинской коммуникации как элемента повседневности является доверие к собеседнику, а его основой – жизненный опыт (пережитое – испытанное на себе, прочувствованное, переосмысленное): *Знаю я что это такое, хочу реальные истории услышать из практики, теория мне известна* (ГФ. 17.10.2016); *Попробуйте методику ударно-волновой терапии. Метод лечения действительно эффективный. Знаю на своем опыте. Приходилось делать*

(ТГ. 19.09.2018); *Из своего опыта могу посоветовать глицин форте, если нет серьезного расстройства* (ТГ. 05.04.2018); *Наилучшее действие оказывает диета. Проверено на себе* (ТГ. 31.10.2010).

Так, в сообщениях, целью которых является оценивание работы организаций здравоохранения и деятельности медицинских работников, фактологическая аргументация свободно сочетается с «наивными экспертными оценками» или даже уступает им место. В коммуникативных практиках интернет-сообщества позицию высоко ценимого достоверного (не обязательно доказательного) знания, которому можно доверять, занимают «наивные аргументы», а именно:

1) ссылки на личный опыт и личные предпочтения, поскольку пережитое кем-то вызывает у собеседников чувство сопричастности: *Я по своему опыту скажу, по офтальмологии* (ФФ. 18.11.2016); *В Синэво, как я лично удостоверился, помимо этого имеются и грамотные специалисты, умеющие работать на этом дорогом оборудовании (что не всегда – увы – встречается...), поэтому если бы мне понадобилось – наверное, туда бы обратился* (ББФ. 23.02.2011);

2) ссылки на впечатления, полученные в результате эмоционального и чувственного восприятия ситуаций и событий, служащие подтверждением искренности высказываемой оценки: *положительные впечатления у меня оставили* (ББФ. 23.02.2011); *еще приятно впечатлил Богдель* (ГФ. 11.01.2011).

Происходит перераспределение «весовых категорий» участников дискурса о медицине. Определение медицинского дискурса как одного из типов институционального дискурса, в котором «четко определены статусно-ролевые характеристики участников общения: врач – пациент» [11, 84], сегодня является верным далеко не для всех коммуникативных ситуаций. Субъектами сетевого медицинского дискурса выступают пациенты, члены семей пациентов, здоровые люди, заботящиеся о своем физическом состоянии или принадлежащие к группам риска, медицинские работники, представители и апологеты нетрадиционной медицины и многие другие. Коммуникация,

выстроенная по принципу «все со всеми», актуализирует горизонтальную иерархию участников сообщества, а ее основани-ем являются активность пользователя и социальное одобрение его коммуникативного поведения, измеряемое просмотрами, репостами, подписками и лайками.

Анонимность общения позволяет участникам дискурса скрывать свои настоящие статусы и свои истинные намерения. И в результате в информационном поле сетевого дискурса можно обнаружить высокий процент маркетингового контента – т. н. скрытой рекламы, см. название темы: *История из жизни (или немного о тонометрах)* (ББФ). Несколько человек регистрируются на форуме в одно и то же время, ведут диалог между собой (прием троллинга) для достижения желаемого результата – положительных или негативных отзывов о товаре, услуге, организации. Впрочем, участники интернет-общения достаточно легко эти коммуникативные ходы выявляют: *Просто дистриб попросил помощи освободить аптеки от одной позиции, срок скоро подходит* (ГФ. 25.02.2016).

С одной стороны, большинство участников интернет-сообществ по-прежнему считают, что врачи обладают абсолютным Знанием и абсолютной Правдой, дающими им право определять, что считать здоровьем или болезнью, кого можно отнести к категории больных или здоровых людей и что, соответственно, с такими людьми делать [3, 127], а потому в сетевом дискурсе разделяются профессиональная и повседневная составляющие медицинской культуры: *Обратите внимание на обувь. Может она неудобная и нога находится долго в неестественном положении. Может вы переохлаждаетесь. <...> За врачей я вам ничего не скажу. Таблетки, анализы и прочее – это пусть доктора делают* (ТГ. 28.09.2014); *Эти диагнозы и исследования проводит врач. Я провожу диагностику состояния мышц. – Понятно, в диагнозах не разбираешься, но сказать хочешь* (ТГ. 28.09.2014).

Безусловно, в группу топ-пользователей с высокой степенью центральности в сетевой группе попадают те, кто идентифицировал себя как представителя медицинской сферы. Так, участ-

ники интернет-сообществ могут обозначать свою принадлежность к профессиональному сообществу никнеймами, (напр.: paramediks, dr.valdes, дохтор жмурге, d.lopatko) или позиционировать себя как носителей экспертного мнения: *Девочки, могу помочь советом, рассказать про какие-нибудь центры))) Я много где работала администратором и могу рассказать))* (ББФ. 23.02.2011); *уж поверьте – не первый год имею дело с разным оборудованием* (ББФ. 23.02.2011); или демонстрировать высокий уровень компетенции благодаря использованию специальной терминологии: *Считается, что субъединичные вакцины менее реактогенные, поскольку содержат только поверхностные антигены, необходимые для выработки иммунитета, поэтому рекомендованы детям младшего возраста (с 6 месяцев) и пожилым. В то же время, по некоторым данным, сплит-вакцины (расщепленные) имеют более высокую иммуногенность, то есть способность формировать иммунитет из-за задействования не только гуморального, но и клеточного звена иммунитета...* (ГФ. 24.10.2010). Однако в Сети все равны, а потому пользователи-«любители» и пользователи-«активисты» влияют на процессы обсуждения медицинских тем: перенаправляют содержание диалога, оспаривают точку зрения, дают оценку полученной информации, комментируют сообщения и их форму: *Вы, наверное, хотите задавить медицинским интеллектом* (ГФ. 28.10.2012).

С другой стороны, активными и равноправными участниками медицинского дискурса становятся те, кто раньше выполнял только роль слушателя (потенциальные и реальные пациенты учреждений здравоохранения), и о соответствующих коммуникативных стратегиях виртуальных сообществ свидетельствуют их названия: *Помощь без врача Беларусь* (vk.com/public151401126). Обыватель активно вовлечен в продуцирование и распространение медицинских знаний, придание им статуса престижного или сомнительного: он может открыто высказывать мнение, выстраивать рейтинги, оставлять публичные отзывы – и таким образом влиять на развитие системы здравоохранения: *Оставляйте свои отзывы, благодарности,*

пожелания, да и советуйте друг другу, к кому можно идти (ГФ. 08.02.2008); *Санатории – отзывы, советы* (ГФ).

Содержательное наполнение медицинских разделов интернет-форумов представлено следующими основными тематическими группами: организации здравоохранения и качество их работы; медицинские специалисты и уровень их профессионализма; выбор медицинских товаров и препаратов; формы и средства лечения и самолечения; диагностика и оценка состояния здоровья; здоровый образ жизни. Практики пассивного коммуникативного поведения участников медицинских интернет-сообществ (просмотры тем) преобладают над активными. Так, на «Гродненском форуме» в одной из самых популярных тем «Лучший стоматолог» – 1003 поста и 247 111 просмотров (по данным на 12.10.2018).

Наибольшая коммуникативная активность в интернет-обществах связана с описанием требований к компетентности медицинских специалистов, конструированием образа идеального врача, оцениванием его личных и профессиональных качеств: *Нужен **хороший** уролог* (ГФ. 18.10.2010); *Если кто-нибудь подскажет **действительно ХОРОШЕГО** гинеколога* (ГФ. 13.02.2008); *Нужен **толковый** невролог!* (ТГ. 11.09.2016); *Посоветуйте **толкового** педиатра* (ГФ. 02.05.2016); *Только мы пока к **толковому** ЛОРу не попали еще* (ГФ. 30.04.2009); *А может кто посоветует **проверенного** мануального терапевта?* (ГФ. 12.02.2017); *Поделитесь, пожалуйста, информацией, где найти **компетентного** детского ЛОР-специалиста* (ГФ. 17.12.2015); *ничего такой центр, специалисты **грамотные*** (ББФ. 23.02.2011); *тема «**Качественные** врачи»* (ГФ); *Это **ГЛЫБА** урологии!* (ГФ. 18.11.2010); *все отлично, **дока** в своей работе* (2doc.by. 16.01.2018); *Отличных дел мастер <...> врач от Бога* (ГФ. 12.02.2008); *профессионал в своем деле с большой буквы* (ГФ. 17.03.2008). Влияние отзывов о деятельности врачей на формирование общественного мнения не только об отдельном специалисте, но и в целом о сфере здравоохранения столь велико, что появляются такие виды деятельности, как создание и продвижение личных брендов врачей.

Пациенты, благодаря доступу к разнообразным медицинским интернет-ресурсам, ведут диалог с врачами на все более высоком уровне и все более вовлекаются в принятие клинических решений: «Возникает интересный процесс: пациенты могут держать врачей в курсе последних медицинских достижений, и традиционное направление передачи информации в клинической медицине меняется на прямо противоположное» [5, 7]. В содержательном поле медицинского дискурса расширяется место т. н. «пользовательского контента», а среди коммуникативных практик распространено массовое всеситуативное обращение с медицинскими запросами к поисковым системам: *А без гугла была бы вообще труба. Что можно говорить, если хирург поликлиники смотрит по гуглу и уточняет, какие виды стом существуют (ФО. 20.06.2018); Умный и относительно беспристрастный Гугл выдаст вам приблизительно вот такой список страниц. Предлагаю их и обсудить (ФО. 24.01.2014); В чем причина, по вашему – ИПП? алкоголь? острая пища? Погуглите что ли... (ФО. 24.11.2017); Что для вас вменяемая цена, для начала? В остальном – идите в гугл, инфы предостаточно (ФО. 04.11.2017); Контрастное усиление что значит? Нужно оно или нет? – Вас в гугле забанили? (ФО. 04.12.2017).*

Как отмечает Е. Павленко, у пользователей непрофессиональных интернет-ресурсов в связи с высоким уровнем тревожности и патологическим недоверием к врачам наблюдается парадоксальная вера в правдивость диагнозов и рекомендаций этих ресурсов [12, 44]: *вы задаете странный вопрос, учитывая, что тут медиков особо нет. Вам лучше в гугл (ФО. 24.11.2016); Не было времени в поисковике поинтересоваться этой проблемой, может кто уже знает ответ тут (ГФ. 26.10.2010); Это простыми словами. А более детально можете в интернете поискать (ГФ. 01.11.2010); У меня недавно была такая же проблема. Вылечила себя сама. Способ лечения нашла в интернете (ГФ. 03.09.2010).*

В сообщениях участников интернет-сообщества обозначается ситуация множественности разнородных и часто противоречащих друг другу источников медицинской информации,

трудности с ориентацией в избыточных потоках медицинского контента, формирование коммуникативной практики сбора и сопоставления разных подходов и точек зрения (при этом окончательное решение пользователь предпочитает оставлять за собой, а не за специалистом): *Добрый день! Хотела бы задать несколько вопросов касательно проблемы аденоидов. Мнений уже столько слышала – кто-то настаивает, что их непременно надо удалять, кто-то против.* <...> *Вопрос об удалении вообще не стоял, пока не попали в 3 больницу к ЛОРу, там нам сразу сказали – надо удалять. Хотя до этого периодически обследовались у разных ЛОРов, ставили то 1 степень, то 2, но по поводу удаления ничего никто не говорил. Насколько это целесообразно?* <...> *Слышала, что аденоиды все равно потом вырастают...* (ТГ. 25.03.2015); *Умеренный риск вроде тоже показание, уже везде стала читать, и кардиолог советует* (ГФ. 12.06.2018); *Ладно поищу отзывы о Синэво, не могу верить одному слову* (ББФ. 23.02.2011); *Хочу спросить у врачей. Слышала, что прививки вредны* (ГФ. 29.10.2010); *вы меня в конце запутали... вот и что выбирать?* (ГФ. 24.10.2010); *Прививка это решение каждого – да или НЕТ. Лично я посмотрев пару передач + интернет+ СОБСТВЕННЫЙ ОПЫТ твёрдо говорю НЕТ!!!!!!!!!!!!!!* (ГФ. 01.11.2010). Отметим, что в последнем примере, перечне «достоверных» источников информации, составленном участником интернет-сообщества, нет консультации врача и информационных материалов организаций здравоохранения.

Регулятивную функцию выполняют метакоммуникативные высказывания, в которых коммуниканты уточняют свои ролевые позиции, определяют границы компетентности и меру ответственности за содержание реплик: *Что, как я считаю, нам помогло (я не врач и могу ошибаться)* (ГФ. 29.04.2009); *Всё выше написанное – сугубо моё личное мнение и на рекомендации врача к выполнению не тянут!!!* (ФО. 06.01.2006); *Ко всему написанному мной прошу слишком серьезно не относиться... Я еще не доктор, я только учусь* (ФО. 23.01.2006).

Появляются новые способы и формы «упаковки» и распространения медицинского знания. Любая организация здраво-

охранения сегодня полифункциональна, что обуславливает гибридизацию ее коммуникативных практик, сочетание элементов институционального дискурса с маркетинговым (рекламные слоганы, информация о скидках и акциях как средствах стимулирования сбыта, презентация систем лояльности и подарочных сертификатов и т.д.) и социальным (полезная информация, справочные сведения, новостной контент) дискурсами. В интернет-пространстве широко представлены рекомендации, а также курсы, семинары, вебинары на темы «Как правильно раскручивать в «Инстаграм» профили врачей», «Как врачу совместить свою профессию с профессией интернет-маркетолога», «Как раскрутить блог врача», «Как правильно рекламировать себя и клинику» и т. п.

Рассматривая особенности «упаковки» медицинского знания, особое внимание следует обратить на язык. «Четкая картина объективного знания начинает терять однозначные очертания, когда появляются альтернативные языковые выражения, по-иному упорядочивающие и интерпретирующие опыт, связанный со здоровьем и болезнями» [7, 167]. Оповседневнивание медицинского знания происходит на основе использования разговорной и жаргонной лексики: *Меня в детстве мать отвела к такой бабке-целительнице с проблемой излечить грыжу в животе (простите чайника, что не на научном языке)* (ГФ. 16.11.2017); *правельна. задняя стенга глодки. а про фаренхит я вышы напесал* (ТГ. 16.10.2006); *создания окказионализмов: И можно ли пить такие иммуноповышатели* (ГФ. 02.11.2010); сочетания разностилевой лексики: *короче, такая шиняга: надо мне зубами заняться и хочу мнение уважаемой публики спросить* (ФО. 04.09.2003); адаптации медицинских категорий для общения с неспециалистами: *ОРЗ – острое респираторное заболевание (как бактериальной, так и вирусной природы). ОРВИ – ОРЗ вирусной природы. Это как «Каждая селедка рыба, но не каждая рыба селедка»* (ГФ. 02.11.2010).

Медицинский дискурс сетевого сообщества прагматичен: главное требование к его содержанию – полезность, и основная коммуникативная активность направлена на совместный

поиск полезного знания: *Может кто сталкивался со схемами профилактического приёма антибиотиков при лечении каналов зубов* (ГФ. 11.06.2018); *знающие и не очень подскажите – насколько сложно снять коронку полностью?* (ФО. 28.11.2015); *Кто-нибудь знает, когда прививку можно будет хоть платно сделать в минске?* (ТГ. 29.05.2017). «Некоммерческая социальная (гражданская) активность людей говорит о появлении нового типа социального взаимодействия – коллективного, обладающего очень большим потенциалом» [13, 30]: *Давайте делиться: кто чем прививался в прошлом году и статистику хворей. После прививки классический грипп был или нет? Если был, то сколько дней и т. п. Очень интересно мнение из первых рук* (ГФ. 24.10.2010); *Рекомендую еще раз пересмотреть медицинские ветки. Если и потом не найдете – помогу с цитатами* (ФО. 11.01.2006).

Как уже отмечалось выше, пользователей интересуют личный опыт и субъективные мнения других участников интернет-форума, а потому участники диалога обычно не удовлетворяются фактологической информацией и интересуются личным мнением: *А, что можете сказать о центре Сантэ? Нашла в инете, позвонила, вроде цены там ничего* (ББФ. 23.02.2011); *Расскажите про свой личный опыт в диагностике и лечении заболевания, пожалуйста* (ФО. 25.11.2017).

Поиск ответов на вопросы, организация и ведение проблемных дискуссий сочетаются с непринужденным, дружеским общением, а также с элементами игровой коммуникации: *Где тут невритологи и прочие знающие. Два дня назад проснулась с онемевшей дорсальной поверхностью первого и второго пальца на левой руке. Может, часами ночью надавила, или хзнает чем. Два дня не проходит. Жить буду или когда пройдет?* (ТГ. 14.01.2012). Участники дискурса подробно и откровенно описывают различные жизненные ситуации, в том числе в форме житейских историй, баек, анекдотов: *я вот ещё пример приведу* (ФО. 05.09.2003); *Теперь моя история* (ФО. 05.09.2003); *Нда, а вот я когда фельдшером в бригаде СМП работал был такой случай* (ГФ. 18.11.2010).

Типичным для сетевого медицинского дискурса является кооперативное общение, формируемое практиками сочувствия, участливости, одобрения, совета и рекомендации, заинтересованности, солидарности, этикета: *Леочка, **потом отпишитесь**, как впечатления, думаю, и другим пригодится* (ББФ. 23.02.2011); *Леочка, **как у вас дела?** куда всё-таки обратились, сдали ли анализ?? **отпишитесь**, мне интересно ваше мнение...* (ББФ. 23.02.2011); ***Поделюсь с вами моим походом** в Синэво. <...> **Короче мне там понравилось**, цены как и на сайте не большие. Буду всегда сейчас туда ходить. Сейчас будем ждать результатов. **Спасибо Вам за советы** милые форумчанки и форумчане* (ББФ. 28.02.2011); *Живите и не болейте* (ТГ. 21.06.2011); *Выздоровливайте!* (ТГ. 19.09.2006). Можно отметить высокую эмоциональную вовлеченность пользователей в обсуждение историй и проблем собеседников: *Жесть. Я вас очень понимаю* (ТГ. 01.04.2011); *ужас какой* (ТГ. 07.06.2018).

При этом в диалогах широко распространено конфликтное общение, в целом характерное для культуры сетевого общения и реализуемое в таких практиках, как инвективы, упреки, оскорбления, дисфемизмы, разоблачения: *Вот что я нашла на русском языке. – Да. **это ваш уровень**. – Ваша «американский врач» просто обожает Википедию. А я ею до нее даже и не пользовалась* (ТГ. 29.09.2013); *Это говорит только о Вашем полном невежестве в этом вопросе. – Да, в ваших **шаманских физиотерапевтических плясках и заклинаниях по кашпировскому** с целью **выколачивания** денег и **оболванивания** населения я профан* (ТГ. 29.09.2013); ***Ко всем умникам. Не пишите чушь!** Вы показываете свою **некомпетентность и глупость**. Достаточно сравнить детскую смертность до эры прививок и теперь. После этого оппонируйте* (ГФ. 22.12.2010).

Для привлечения внимания и провоцирования сильной эмоциональной реакции у читателей форумов пользователи используют прием драматизации – избыточного акцентирования негативных, в том числе конфликтных, сторон ситуации: ***Черный список** врачей Минска!!!* (ТГ); *7 больница, **врачи-убийцы?*** (ТГ); *А тем временем пока вы тут спорите прививки против*

гриппа, выращенные на раковых клетках и смешанные со ртутью, делают свое черное дело (ГФ. 22.02.2013); *Генитальный герпес – жизнь окончена?* (ТГ); *Онкология!!!! Умирать или бороться?* (ТГ); *К онкологу однозначно, особенно если родинка черного цвета и не дай бог начала увеличиваться в размерах! Последствия действительно очень страшные!* (ФО. 22.07.2006).

Таким образом, в открытом цифровом пространстве медицинского дискурса трансформируются традиционные и формируются новые коммуникативные практики. В системе создания и распространения профессионального, массового, обыденного медицинского знания растет роль различных медиаканалов сети Интернет, в том числе тематических интернет-сообществ. Наблюдаются изменения в отношении к медицинскому знанию как феномену профессиональной и повседневной культуры. Появляются новые способы и формы «упаковки» и распространения медицинского знания. Происходит перераспределение «весовых категорий» участников дискурса о медицине.

Т. А. Пивоварчик

Литература

1. Ростовцев В. Н. Дискурс комплементарной медицины и медицинский спектрально-динамический комплекс / В. Н. Ростовцев // Рефлексотерапия и комплементарная медицина. – 2015. – № 4 (14). – С. 50–55.
2. Михель Д. В. Медикализация как социальный феномен / Д. В. Михель // Вестник СГТУ. – 2011. – № 4 (60). – Выпуск 2. – С. 256–263.
3. Melosik Z. Dyskursy medykalizacji i farmakologizacji: rekonstrukcje tożsamości człowieka / Z. Melosik // Przegląd Badań Edukacyjnych, nr 25 (2/2017), s. 123–136.
4. Ахнина К. В. Сетевой медицинский дискурс: сущность, признаки, структура / К. В. Ахнина, В. Б. Куриленко // Вестник РУДН. Сер. Вопросы образования: языки и специальность. – 2015. – №1. – С. 76–84.
5. Михеев А. Е. Интернет и сохранение здоровья / А. Е. Михеев, П. А. Горбунов // Врач и информационные технологии. – 2012. – № 1. – С. 6–16.
6. Погонцева Е. Плох тот врач, кто не онлайн / Е. Погонцева // Медвестник. Портал российского врача. – Режим доступа: <https://medvestnik.ru/content/articles/Ploh-tot-vrach-kto-ne-onlain.html> (дата обращения: 12.09.2018).

7. Czerner A. Kobięca strona dyskursu onkologicznego. Empiryczne spojrzenie na demokratyzację wiedzy medycznej / A. Czerner, E. Nieroba // Acta Universitatis Lodzianis. Folia Sociologica 55, 2015. – Режим доступа: <http://dx.doi.org/10.18778/0208-600X.55.10> (дата обращения: 15.06.2018).
8. Ковальчук Л. Врачебная нетайна: Как выглядят инстаграммы медиков / Л. Ковальчик. – Режим доступа: <https://birdinflight.com/ru/vdohnovenie/resursy/20171127-instagramy-vrachey.html> (дата обращения: 12.10.2018).
9. Делл’Амброджио М. Контуры будущего в контексте мирового культурного развития / М. Делл’Амброджио // Контуры будущего в контексте мирового культурного развития: XVIII Международные Лихачевские научные чтения, 17–19 мая 2018 г. – СПб. : СПбГУП, 2018. – С. 73–75.
10. Жарова М. Медицинская культура российского общества / М. Жарова // RELGA: научно-культурологический журнал. – 2012. – № 17. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=3367&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 12.10.2018).
11. Зубкова О. С. Специфика функционирования медицинской метафоры и медицинской метафоры-термина в индивидуальном лексиконе / О. С. Зубкова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2006. – № 3. – С. 84–89.
12. Павленко Е. В. Киберпространство медицины : Интернет как враг и союзник врача и пациента / Е. В. Павленко // Социология медицины. – 2013. – № 1 (22). – С. 42–46.
13. Задорин И. В. Деятельные сообщества в социальной среде для совместной профессиональной деятельности : предпосылки возникновения и практический опыт создания / И. В. Задорин, Д. В. Мальцева, О. А. Полукеев // Мониторинг общественного мнения. – 2012. – № 6. – С. 27–42.

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 4, 2018)

О специфике жанра «коллективный портрет»

Как это ни покажется на первый взгляд странным, жанр, который можно определить как «коллективный портрет», в очерковой литературе появился намного раньше индивидуального портретного очерка. Уже в первых путевых заметках можно встретить ярко очерченные образы различных персонажей, совокупность которых создает, по сути, коллективный портрет жителей определенной местности или определенной среды. Можно вспомнить и «физиологические очерки» XIX века, которые плотно населены реальными персонажами, являющимися представителями того или иного социального сегмента. Документальный экран повторил тот же путь, т. е. обратился вначале к созданию коллективного портрета, и лишь гораздо позже начал осваивать жанр индивидуального портретного очерка.

То, что в советском документальном кинематографе 1920–1930-х гг. крайне редко можно обнаружить индивидуальный портрет, по мнению исследователей, явилось следствием активно пропагандируемого в то время коллективизма. Основным героем документальных кинолент того времени была «монолитная нерасчлененная народная масса»: «Плоскость кадра заполнена людьми. Но это главным образом демонстрация или военный строй, митинг или собрание. Конкретный человек растворен в массе, а если и выделяется, то, как правило, поглощенный производственным процессом, являющийся его неразрывной частью <...>. Образ человека на документальном экране в те годы соотносился с общей концепцией реальности. Человек был “встроен” в событийную динамику, характерную для хроники этого времени» [1].

Всё это так, но парадокс заключается в том, что и на Западе, где о коллективизме вспомнили разве что в период Великой депрессии, героем документальных лент того периода конкретный индивидуум становился крайне редко, за исключением разве что этнографических фильмов Р. Флаэрти. Но и Флаэрти в 1930-е гг. начинает снимать преимущественно документальные истории, героями которых становится группа людей. Что же касается европейских классиков документалистики (Й. Ивенс, Дж. Грирсон, В. Рутман и др.), то их работы, как правило, представляют со-

бой обобщенный портрет той или иной среды, которую населяет множество разнообразных реальных персонажей.

Так что, вероятно, дело тут не только и не столько в идеологических установках (идею ведь можно пропагандировать и персонифицируя ее в образе конкретного человека), но и в специфике экранной эстетики. Как отмечал З. Кракауэр, эффект, производимый большой массой людей на экране, был осознан самыми первыми создателями фильмов: «Ведь нельзя же объяснить простым совпадением, что уже в самых первых фильмах Люмьера были сняты и выход рабочих из ворот фабрики, и толпа на перроне вокзала во время прибытия и отправления поезда» [2, 82].

Другая причина доминирования коллективного фильма-портрета в кинематографе немого периода и довоенного звукового кроется в технических возможностях киносъемки: запись речи тогда представляла собой крайне трудоемкий процесс. Можно предположить, каких усилий стоило Дзиге Вертову проведение синхронных съемок (запись звука происходила тогда еще оптическим способом) в «Трех песнях о Ленине» и «Колыбельной». Но Вертов сознательно шел на это, прекрасно понимая, что в документальном кино индивидуализация образа человека невозможна без мыслей и чувств героя, что можно передать лишь в звучащем слове, несущем не только информацию семантического характера, но и содержащем паралингвистические характеристики.

Неудивительно, что в 1960-80-е гг., после усовершенствования и упрощения технологии синхронной записи звука, жанр «фильм-портрет» прочно обосновывается в тематических планах наших студий документальных фильмов и в телевизионных объединениях «Экран», «Лентелефильм» и др. За три десятилетия там были созданы сотни картин о представителях всех слоев населения – передовиках производства, колхозниках, учителях, спортсменах, деятелях науки, культуры, искусства. Сегодня эти кадры – бесценные свидетельства эпохи.

Вместе с тем становится понятно, что большинство индивидуальных фильмов-портретов, которые приходилось снимать

в жесткие плановые сроки, по сути своей статичны, поскольку образ героя в них чаще всего существует в пространственных координатах: герой занят делом; герой размышляет; герой в домашней обстановке; герой на прогулке и т. д. Исключением становились те фильмы, в которых драматургию определял временной фактор. Чаще всего это было ретроспективное время, т.е. фильм представлял собой насыщенную событиями историю (наррацию) предшествующей жизни героя. Классикой документального кино такого вида стали фильмы «Катюша» (сценарист С. Смирнов, режиссёр В. Лисакович, 1965) «9 дней и вся жизнь» (сценарист Б. Добродеев, режиссёр Ю. Занин, 1979) и др.

Более редкий вариант нарративного повествования о жизни человека – история героя, оказавшегося в «пограничной ситуации»: он либо стоит перед выбором, способным изменить его жизнь, либо вовлечен в конфликтную ситуацию. Именно такая история исследовалась в вызвавшем широкий общественный резонанс фильме С. Зеликина «Шинов и другие» (1967), повествующем о необычном водителе троллейбуса, уволенном руководством за творческий подход к профессии.

Но подобные драматичные (или комичные) ситуации в документальном кино были крайне редки, и талантливые режиссеры, желая избежать статичности и иллюстративности, начинают активно осваивать жанр «коллективный портрет», дающий гораздо больше возможностей и вариантов для драматургического и композиционного решения.

Следует подчеркнуть, что, в отличие от индивидуального портрета, коллективный портрет строится из серии портретных зарисовок, т. е. каждый из нескольких героев фильма или телепередачи вносит лишь свою определенную краску в создание обобщенного, *интегрированного* образа того или иного социума.

Такое экранное произведение может представлять собой вариант социологического исследования какой-либо социальной среды, определенной проблемы или явления. Именно так был сделан на Ленинградском телевидении покоривший зрителей своей простотой и искренностью фильм «Все мои сыновья» (реж. А. Стефанович, О. Гвасалия, 1967). За исключением не-

скольких натуральных планов вся лента (тогда снимали на широкую кинолентку) представляет собой съемку в павильоне. Стоя на нейтральном фоне, молодые люди (в возрасте от 16 до 25 лет) отвечают в камеру на *одни и те же* 5–7 вопросов. Отобранный для фильма материал оказался живым, спонтанным и создавал при этом определенное впечатление об идеалах, ценностях и интересах поколения молодежи того времени.

Попутно заметим, что в наши дни по этой же модели был снят фильм «Нет проблем» (реж. Т. Решетникова, 2012), в котором 42 человека на черном фоне произносят монологи о проблеме, которая их волнует или когда-то волновала. Проблемы эти самого разного характера (коммуникативные, социальные, сексуальные, психологические, бытовые и т. д.), и в итоге фильм, лишенный единого тематического вектора, производит впечатление пестроты и эскизности, поскольку отбор героев производился автором лишь по принципу «интересно – неинтересно».

Портретный фильм может быть своего рода социологическим эссе, в центре которого – размышления ученого или деятеля культуры. В фильме «Кому он нужен, этот Васька?» (реж. С. Образцов, В. Рытченков, 1973) широко известный в то время зрителям режиссер театра кукол народный артист СССР Сергей Образцов размышлял на экране о воспитании в детях доброты и отзывчивости, зачитывал поступившие в редакцию письма. После каждого письма как пример доброго или жестокого отношения к животным шел подтверждавший и развивавший мысль ведущего рассказ-эпизод об очередном конкретном человеке.

Одно из преимуществ жанра «коллективный портрет» состоит в том, что он дает возможность емко передать атмосферу среды, показать взаимодействие персонажей и тем самым вызывать у зрителя определенный эмоциональный отклик. Это хорошо понял режиссер «Лентелефильма» В. Виноградов, снявший ряд блестящих коллективных портретов современников. Многие его телефильмы – это проникновенный рассказ о людях одной профессии или увлеченных одним занятием («Золото», «Вороне где-то Бог...», «Кузьмич и другие», «Я помню чудное мгновенье», «Я возвращаю Ваш портрет», «Лицедеи», «Мои со-

временники», «Групповой портрет с Кижами», «Коммуналка», «Французский дом»).

При всем многообразии тем, драматургических и композиционных приемов фильма, героями которых являются несколько персонажей, по своей *структуре* четко делятся на два основных типа:

1) произведения, в которых герои не знакомы друг с другом, т. е. появление их на экране носит чисто функциональный характер;

2) произведения, в которых герои связаны единым местом проживания, давним знакомством, общей коллективной работой, т. е. связь между ними носит естественный и *органичный* характер.

Первый из этих двух типов сюжетно-композиционной организации условно обозначим как **дискретный** коллективный портрет, поскольку показанные в таком фильме или телепрограмме незнакомые между собой люди объединены лишь избранным авторами *тематическим вектором* – у них может быть одна профессия, одно увлечение, один возраст, одно социальное положение, одни горести и т. д. Скажем, в специальном телерепортаже «V.I.P («Золотая молодежь»)» герои – различные представители той части молодежи, которая имеет возможность наслаждаться всеми благами жизни; в спецрепортаже «Детки» (автор А. Лошак, реж. А. Попов, 2008), это, наоборот, группы бездомных детей, живущих в подвалах. В первых выпусках программы «Профессия – репортер» (НТВ) герои чаще всего отбирались именно по этому принципу. Например, в передачах программы «Брачный капкан», «Любовь и ненависть», «Любовь наотмашь», «Сожители поневоле» тема насилия в семье раскрывалась через серию портретов разных людей, попавших в схожие ситуации.

Впервые принцип отбора персонажей по тематическому вектору был использован в упомянутом фильме «Все мои сыновья», где были представлен своего рода обобщенный портрет поколения молодежи 60-х. В известном латвийском фильме «Легко ли быть молодым?» (реж. Ю. Подниекс, 1986) речь также

шла о молодежи, но здесь героев объединяло то, что все они находятся в единой атмосфере происходящего в это время социального брожения и жаждут решительных перемен для себя и для страны.

Спустя четверть века, в 2011 г., в России режиссером Д. Ройтбергом был создан фильм с одноименным названием. Но если в латышской ленте ощущалась социальная турбулентность, ожидание чего-то радикально нового, то в российском варианте герои уже не часть общей массы, а всего лишь представители определенных социальных и культурных слоев, и, что характерно, все их истории даны в виде отдельных и никак не связанных между собой новелл-монологов.

Единственное, что объединяет два одноименных фильма, – это фактор *социального и исторического времени*, который ощущается во всех компонентах драматургической и изобразительной составляющей этих лент.

По аналогичной схеме (дискретное появление на экране различных персонажей) создан известный документальный сериал «Рожденные в СССР» (реж. С. Мирошниченко, 1991–2012). Но в данном случае значительную роль играет не только *фактор времени* исторического, но и времени как физической категории – в такого рода лентах авторы возвращаются к героям спустя какой-то временной промежуток, чтобы показать, что в их судьбе изменилось за истекший период.

Инициатором создания в России фильма о взрослении людей определенного поколения был Майкл Аптед (Michael Apted), осуществивший до этого проект 7 Up (Up Series) в Англии, Америке, Японии и других странах. В сериале «Рожденные в СССР» (Age 7 in the USSR) каждые семь лет снимались люди, родившихся в 1983 г. в Советском Союзе. Авторы выясняют, как сложилась их жизнь за истекший период, как они ощущают перемены, что происходит вокруг них. Уже сняты четыре фильма, в которых его участникам соответственно 7, 14, 21 и 28 лет. Для того чтобы зритель вспомнил, о чем шла речь в предыдущих сериях, в начале каждого нового фильма показываются фрагменты из прошлых серий этого цикла. Очередной фильм с теми

же героями должен выйти в следующем году. Планируется снять данный сериал до дня, когда героям исполнится по 70 лет.

Фильмы, сделанные по принципу «возвращение к герою», встречаются не так уж часто (еще можно назвать фильм С. Михалкова «Анна» и телесериал И. Шадхана и С. Волошиной «Контрольная для взрослых»). Обычно срок наблюдения за героями гораздо короче. Так, очаровательный фильм «Мальши» (реж. Т. Бальмес, Франция, 2010) показывает нам происходившие в течение полутора лет этапы взросления четырех детей – от рождения до первых самостоятельно сделанных шагов. При всем различии географических, национальных и социальных особенностей среды, в которой появились на свет Мари из японского мегаполиса, Байяр из монгольской степи, Хэтти из американского пригорода и Понихао из африканской пустыни, героев объединяет непосредственность, очарование и любовь к ним их близких.

Фактически по принципу «возвращения к герою» снят и фильм Екатерины Еременко «Мой класс» (Германия, 2008), рассказывающий историю класса физико-математической элитной школы Москвы, в которой учились юные гении со всего Советского Союза. В 1990-е годы после окончания вузов половина класса уехала в США, другая половина осталась в России. Фильм представляет собой коллективный портрет поколения, оказавшегося на перепутье. В картине интересно использован композиционный прием-связка: каждой из историй предшествует проводимый учителем физический эксперимент, суть которого в чем-то близка личности каждого их героев фильма, о котором пойдет речь в следующем эпизоде. Финал фильма – коллективная встреча в США одноклассников, уехавших за рубеж, и параллельно – встреча спустя 20 лет тех одноклассников, что остались в России. Ощущение времени в картине усилено тем, что режиссер органично включил в ткань повествования кадры любительской кинохроники, снятой ребятами когда-то, во время совместного обучения в школе.

Но чаще всего зритель может видеть героев коллективного портрета в течение небольшого временного отрезка, т. е. фактически в

настоящее время. Так, в программе Кирилла Набутова, сделанной в стиле «реалити-наблюдения», съемочная группа проводила целый день рядом с каждым из двух героев, которых связывал либо один и тот же род занятий, либо другие общие интересы или проблемы, и на экране то и дело возникали параллельно либо одновременно два героя, снятые в одно и то же время суток.

Еще один из вариантов структурного построения коллективного портрета – *путевой очерк*. Этот жанр, давно освоенный в литературе и журналистике, в кино принято определять как *road movie*: по мере движения по географическому пространству, авторы (или герои) встречают на своем пути различных людей, и в итоге создается коллективный портрет, в котором находят отражение не только особые черты различных персонажей, но и *социальное и историческое* пространство и время.

В замечательном фильме «Глубинка. 35 x 45» (реж. Е. Соломин, 2009) провинциальный фотограф ездит по отдаленным сибирским селам и снимает сельских жителей на фотографии для паспорта в формате 35 x 45 мм, поскольку в стране начался массовый обмен старых советских паспортов на новые российские паспорта. В объектив его фотоаппарата и в объектив видеокамеры попадает большое количество самых разных людей, за жизнью которых пристально и с любовью наблюдает автор фильма. В результате этой поездки коллективный портрет селян, которые не знакомы или мало знакомы друг с другом, превращается в многомерное повествование о мироощущении людей, живущих в российской глубинке в период больших социальных перемен. Финальный же эпизод, когда милиционеры сжигают в топке сотни паспортов, выданных жителям в не существующем уже СССР, приобретает метафорический характер.

В «Путешествии из Петербурга в Москву: особый путь» (2014), представляющем собой многосерийное *road movie*, тележурналист А. Лошак отправляется по местам, описанным А. Радищевым, и, встречаясь с различными людьми, пытается понять, насколько за последние двести с лишним лет в этих местах изменилась жизнь, как горожане и селяне воспринимают современную жизнь России, и т. п.

Фильм «Труба» (реж. В. Манский, 2013) – более масштабное кинопутешествие от Уренгоя до Кельна вдоль газопровода «Западная Сибирь – Западная Европа». Это рассказ-сопоставление о людях, живущих на территориях, по которым идет газовая труба, – у нас, в России (преимущественно в Сибири), и в Германии. Очевидно, задача, которую ставил перед собой режиссер, – наглядно и почти плакатно показать и доказать, что мы построили трубу, по которой газ уходит в разные страны Запада, благодаря чему там живут хорошо и комфортно, в то время как жители России, по чьим землям проложена эта труба, забыты властью и прозябают в нечеловеческих условиях. Один из характерных эпизодов – смонтированные параллельно кадры похорон в Сибири, где приходится топорами вырубать для могилы промерзшую землю, с кадрами европейских похорон, проходящих в тепле, чинно и благолепно.

Вариантом *road movie* можно считать обратную ситуацию – когда один из героев фильма остается на месте, а к нему приходят или приезжают различные люди. На профессиональном сленге такой вариант называется «*шашлычным сюжетом*», поскольку истории различных персонажей как бы нанизываются на «шампур» одного места действия и одного центрального героя. В фильме «Волосы» (реж. А. Драницына, 2012) различные люди приходят в одну и ту же парикмахерскую и рассказывают обаятельной хозяйке этого салона свои истории. В картине «Гражданское состояние» (реж. А. Рудницкая, 2005) показаны работники одного из петербургских загсов, куда приходят самые разные люди по самым разным делам, представляющим собой какой-то этап их жизни. Стоит только пожалеть, что автор в этой теме не вышел на уровень художественно-философских обобщений: ведь здесь мог быть представлен обобщенный образ человеческой жизни: рождение человека, свадьба и регистрация брака, вновь рождение ребенка, развод, смерть.

Второй тип структурного построения фильма можно условно определить как **интерконнектный**, или ансамблевый, коллективный портрет. В таком фильме или телепрограмме представляемые зрителю персонажи в той или иной степени знакомы

друг с другом и, в отличие от дискретного коллективного портрета, связаны между собой не только общим занятием или общими проблемами, но и общим местом проживания или работы.

Классикой этого вида коллективного портрета стал телефильм В. Виноградова «Коммуналка» (1994), представляющий собой неторопливый рассказ о некоторых жильцах большой коммунальной квартиры, находящейся в большом петербургском доме, известном в народе как Дворец эмира Бухарского. Автор выбирает наиболее интересных людей, каждый из которых представляет собой самобытную личность с необычной историей жизни и создает небольшие разбитые на главки пронзительные новеллы о каждом из них, прекрасно используя и речь героев, и изображение, передающее множество оттенков характера, воплощенных через жест, мимику, молчание. Как верно заметила по этому поводу М. Андронникова, «экранный портрет в отличие от портрета литературного <...> оптически конкретен, как портрет в изобразительных искусствах. Но, в отличие от пластического портрета <...> он развивается во времени как литературный портрет» [3, 9].

Данный фильм изысканно и изобретательно выстроен также композиционно. Повествование цементируется задушевым комментарием, который произносит в кадре и за кадром журналист А. Пирожков, являющийся здесь своего рода чичероне и структурообразующим компонентом фильма.

Начинается картина философскими рассуждениями могильщика, затем подхватывается комментарием «ведущего», размышляющего за кадром о живых и ушедших жителях Питера, потом об истории дома, о котором пойдет речь. В фильме как бы между прочим показана подготовка жителей коммуналки к Пасхе, что создает у зрителя ощущение определенного времени. Завершается же фильм пасхальной службой в церкви и любимым приемом В. Виноградова: его герои застывают, как на фотографии, глядя в объектив. Сначала это средние планы, затем мы видим уже почти всех жильцов огромного дома, выстроившихся, тоже как на фотографии, во дворе перед фасадом

дома, и звучащее на этих кадрах пение Леонида Утесова усиливает ощущение быстротекущего времени.

Аналогично сделан фильм А. Балугева «Мы были дымом. Fuimus fumus» (1992), снятый режиссером в селе Кочёво Коми-Пермяцкого округа, где он родился и вырос и где продолжают жить его мать, его родные и близкие. Это не просто серия портретных зарисовок, сделанных с любовью и юмором, но и грустные размышления о том, что сегодня происходит с народом коми и какое будущее его ждет.

Следует отметить, что как дискретному, так и ансамблевому (интерконнектному) типу сюжетной конструкции присущ четко выраженный *тематический вектор*, определяющий принцип отбора героев для коллективных портретов.

Для ансамблевого типа это:

1) общее место проживания («Коммуналка», «Глубинка. 3,5 x 4,5», «Счастливые люди: год в тайге» и др.);

2) общее место работы («Золото», «Нефть», «Волонтеры. Игра с огнем», «Грумант – остров коммунизма» и др.).

Для дискретного типа тематический спектр шире:

1) общность интересов (фильмы и спецрепортажи об организации экологического туризма, занятии исторической реконструкцией, о различных субкультурах и т. п.);

2) одинаковое социальное положение («Золотая молодежь», «Ночлежка», «Детки» и др.);

3) одинаковая возрастная категория (фильмы о стариках, детях, молодежи);

4) общность гендерная (фильмы о женщинах, овладевших традиционно «мужскими профессиями», о проблемах ЛГБТ и т. п.);

5) схожесть ситуации (отцы-одиночки; женщины, пострадавшие от семейного насилия, «особые люди» и т. п.).

Кроме чисто дискретных и интерконнектных вариантов коллективного портрета могут быть смешанные, *гибридные*, формы, совмещающие признаки структур первого и второго типа. Это, например, происходит тогда, когда незнакомые до этого люди встречаются по какому-то конкретному пово-

ду либо оказываются соперниками, конкурентами, т. е. оказываются в пограничной ситуации, которая может изменить их предыдущую жизнь. Вторым вариантом можно видеть в работах о различных конкурсах, смотрах, соревнованиях. Яркий пример – телефильм «Вороне где-то Бог...» (реж. В. Виноградов, 1974), представляющий собой трехчастную историю о проведении трех туров вступительных экзаменов на актерский факультет Ленинградского института музыки, театра и кинематографии. Герои фильма до этого не были знакомы друг с другом, их свел на время общий интерес, общее желание. Они одновременно и приятели, и соперники, потому что после каждого тура количество претендентов резко сокращается.

Общее, что объединяет незнакомых летчиков в фильме «Лучшие годы нашей жизни» (реж. Б. Галантер, 1968), – ожидания ими заключения медицинской комиссии, которая должна вынести вердикт, могут ли эти люди, преданные авиации, дальше работать пилотами и штурманами по состоянию здоровья. Перед нами проходят характеры и судьбы гражданских летчиков, тревожно ожидающих решения своей судьбы.

В начале статьи мы высказали гипотезу о том, что жанр «коллективный портрет» во многом способствует преодолению статичности, присущей индивидуальным портретам, в которых отсутствует ярко выраженный временной фактор. Однако сегодня нередко можно видеть фильмы, которые формально можно определить как коллективные портреты, но они лишены как развития во времени, так и развития заявленной темы и по своей стилистике приближаются к немым фильмам, в которых проникновение в мысли и чувства героев было ограничено отсутствием речи.

В этом плане наиболее показательна фигура режиссера С. Лозницы. В его ленте «Полустанок» мы видим вначале ночные планы небольшой железнодорожной станции, после чего следуют длинные планы людей, сидящих и лежащих в неудобных позах в ожидании поезда. Изображение в фильме черно-белое, по тону и контрасту стилизованное под изображение немых фильмов, что еще больше усиливает впечатление одно-

родности массы людей и ощущение *застывшего времени*. И хотя при этом экранная среда насыщена бытовыми подробностями, такого рода натурализм лишь усиливает впечатление, что настоящий, большой мир находится где-то очень далеко от персонажей фильма.

Подобная же трактовка пространства и времени характера для таких фильмов этого режиссера, как «Фабрика», где совершенно не ощущается ни физическое, ни историческое время, и «Портрет», представляющий собой серию длинных и абсолютно статичных, как на фотографии, образов сельских жителей на фоне унылых полей и неухоженных строений. Звук в этих лентах также выполняет задачу усиления ощущения застывшего времени, точнее безвременья.

Выражаясь словами Ю. Лотмана, можно сказать, что в работах С. Лозницы (еще можно упомянуть его фильм «Пейзаж») «речь идет не просто об описании событий, многократно происходивших, а о *принципе* ахронности, о том, что любое, в том числе и однократное, событие в принципе ничего нового не вносит и может еще много раз повториться» [4, 638]. И, возможно, права Л. Малькова, делающая на основании анализа подобного рода картин вывод о том, что «на экране сегодня нет ни образа общества, к которому стремимся, ни образа настоящего, в котором живем сейчас, – нет образа времени, который могли бы назвать документальным, принять как “правду нашей жизни” в широком значении» [5, 89].

При том, что все государственные студии документальных фильмов в стране практически ликвидированы, в различных продюсерских центрах и киношколах сегодня, благодаря технологической революции, упростившей процесс видеосъемки и монтажа, ежегодно производятся сотни (если не тысячи) документальных видеофильмов. Большинство из них представляют собой то, что названо идеологами одной из киношкол «горизонтальной реальностью». Это неторопливая фиксация жизни различных, чаще всего не особо интересных зрителю персонажей.

Другая крайность, которую сегодня можно наблюдать в документальных фильмах с несколькими героями, – это стрем-

ление привлечь внимание зрителя запретными ранее темами, стараясь «вытащить» из персонажей фильма всё самое сокровенное и часто далеко не самое лучшее. Герои таких лент не только не стесняются камеры, но даже с удовольствием подыгрывают режиссерам, чувствуя, что авторам нравится то, как их герои выпивают, матерятся или оскорбляют друг друга. Причем, как точно подметил документалист А. Балугев, «наши герои цинично и бессмысленно ругаются на экране только в том случае, если чувствуют (а часто и знают), что мы, авторы нетленных произведений, очень сильно этого хотим» [6].

Например, в картине «Мамочки» (реж. А. Расторгуев, 2011) герои фильма настолько сжились с камерой, что практически не замечают ее, и автору явно по душе натуралистические подробности, присущие той среде, что показана в фильме. Своего рода «физиологические очерки» снимает и П. Костомаров, считающий, что документалисты «должны вплотную приблизиться к событию или человеку так, чтобы грязь, брызги летели в объектив» [7].

Однако параллельно продолжают сниматься фильмы, создающие коллективный портрет, в котором крайне важны не только пространственные, но и *временные* характеристики.

В «Форсаже» (реж. Н. Гугева, 2001), в отличие от пропагандируемой модными киношколами «горизонтальной реальности», герои живут, как отметила критик Людмила Донец, в пространстве «вертикальном» – не только в переносном, но и в прямом смысле слова. Это летчики палубной авиации, которым в свое время пришлось сделать нелегкий выбор и которые, пройдя через все испытания, продолжают мужественно служить своему отечеству.

В фильме «Освобождение: инструкция по применению» (реж. А. Кузнецов, Россия – Франция, 2016) зритель напряженно следит за драматической историей Юли и Кати, которых автор снимал на протяжении нескольких лет. Обе героини, являющиеся (и это видно по их поведению и их речи), в общем-то, психически нормальными девушками, попали когда-то в закрытый психоневрологический диспансер и теперь пытаются

обрести право на дееспособность. Первый раз суд отказывает Юле в ходатайстве о признании ее дееспособной, и лишь спустя два года происходит, наконец, ее освобождение. Ее же подруга пока что остается в диспансере, и неизвестно, как дальше сложится ее судьба.

Подводя итоги, можно сказать, что такой жанр экранной документалистики, как «коллективный портрет», является *особым жанром* и отличается от индивидуального фильма-портрета (биографического фильма, фильма о современнике, мемориального и юбилейного фильма-портрета) принципом отбора материала, при котором важен тематический вектор – особенно в коллективных портретах *дискретного* типа. В коллективных портретах *интерконнектного* типа определяющим фактором является объединение в фильме/телепрограмме героев по принципу их совместного проживания или совместной деятельности. В отличие от индивидуального фильма-портрета, коллективный портрет, как правило, более динамичен и многомерен, поскольку в основе его драматургии лежит либо развитие одной общей темы, либо взаимодействие нескольких героев.

В. Ф. Познин

Литература

1. Прожико Г. С. Концепция реальности в экранном документе / Г. С. Прожико. – Режим доступа: http://я-режиссер.рф/wp-content/uploads/2015/11/Projiko-Koncepcija_realnosti.pdf (дата обращения: 20.03.2018).
2. Кракауэр Э. Природа фильма. Реабилитация физической реальности / Э. Кракауэр. – М., 1974.
3. Андроникова М. И. От прототипа к образу / М. И. Андроникова. – М. : Наука, 1974.
4. Лотман Ю. М. О русской литературе : Ст. и исслед. (1958–1993) : История рус. прозы. Теория литературы / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство, 1997.
5. Малькова Л. Ю. Социальное и документальное: противоречия экранного отражения жизни России / Л. Ю. Малькова // Социальные аспекты современного вещания в России. – М. : Факультет журналистики МГУ, 2014. – С. 86–97.

6. Кинопроблемы.doc: Российское документальное кино как реальная драма. Анкета «ИК» // Искусство кино. – 2009. – № 4.
7. Павел Костомаров: «Такая странная мирная жизнь» – Режим доступа: <http://www.film.ru/articles/pavel-kostomarov-takaya-strannaya-mirnaya-zhizn> (дата обращения: 03.03.2018).

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 3, 2018)

Особенности освещения межэтнических конфликтов в СМИ Центрального Черноземья (2003–2013 гг.)

В 2013 г. Центр изучения национальных конфликтов (ЦИНК) совместно с «Клубом регионов» подготовил первый рейтинг межэтнической напряженности в регионах РФ. Исследование проводилось путем изучения открытых источников, а также при помощи опроса ученых, экспертов в области национальных отношений. Основными причинами этнической напряженности предлагается считать неконтролируемую миграцию, социально-экономическую депрессию, невнятную национальную политику, неосведомленность населения, отсутствие культуры общения, противостояние элит и кланов. Авторы рейтинга уделяли особое внимание тому, как освещаются (и освещаются ли) межэтнические конфликты в региональных СМИ.

В результате была представлена интерактивная карта конфликтов. Регионы раскрасили в пять цветов: от красного (очень высокая напряженность) до синего (очень низкая напряженность). Если верить карте за 2013 г., Центральное Черноземье – одна из самых спокойных зон на территории страны, межэтнические конфликты здесь сведены к минимуму. Черноземные регионы не попали в «зону риска» и в 2014 г. Эксперты даже зафиксировали значительное снижение общего уровня межэтнической напряженности по стране. По сравнению с предыдущим полугодием количество проявлений межнациональной вражды сократилось на 35 процентов.

Однако трудно сделать однозначные выводы о «конфликтности» Центрального Черноземья, опираясь только на рейтинг. Чтобы представить, как складываются отношения между разными народами, нужно обратиться к недалекому прошлому. Мы посмотрели на историю расовых конфликтов в Воронежской, Тамбовской, Липецкой, Белгородской и Курской областях и оценили роль журналистов в урегулировании конфликтных ситуаций.

Воронежская область

На карте межэтнической напряженности регионов России Воронеж входит в «зеленую зону» – одну из самых спокойных. При этом эксперты отмечают, что в Воронеже, в отличие соседних регионов, зафиксированы единичные насильственные действия между представителями разных народов, а конфликты в интернете случаются регулярно.

В последние годы в городе произошло всего несколько конфликтов на почве межэтнической розни. Однако в 2004–2005 гг. Воронеж считался едва ли не «центром российских националистов и фашистов» [1]. Память об этих событиях в столице Черноземья сохранилась прежде всего у жителей других городов. В июне 2018 г. во время межэтнической экспедиции студенты из Воронежа провели опрос «С чем ассоциируется у вас Воронеж?» среди представителей разных городов. Студенты Архангельска, Элисты, Владикавказа были единодушны в ответах: «Воронеж – это город, где убивают студентов».

Первый конфликт федерального масштаба произошел в Воронеже в 2004 г. 21 февраля трое неизвестных напали на студента ВГМУ им. Н. Н. Бурденко Амару Лима. Молодому человеку нанесли несколько ножевых ранений, он скончался по дороге в больницу. Убийство получило большой общественный резонанс, повлекло за собой многодневную забастовку иностранных студентов. Они требовали от мэра и губернатора Воронежа обеспечить безопасность проживания иностранцев в городе.

Сотрудники уголовного розыска убеждали журналистов, что Амару Лима убили за торговлю наркотиками или же на почве конфликта из-за девушки. Однако на допросах выяснилось, что подозреваемые Роман Леденев, Евгений Шишлов и Владимир Какушин ранее были членами «Русского национального единства». При обыске на квартирах у всех задержанных была обнаружена литература расистского содержания, форма РНЕ, нашивки и записные книжки с рассуждениями о превосходстве белой расы. Евгений Шишлов уже был задержан в 2002 г. за избиение иностранца. На него даже завели дело по статье «Хули-

ганство», но в силу смягчающих обстоятельств (юный возраст, первое задержание) наказания не последовало.

Теперь всем троим было предъявлено обвинение в убийстве на почве расовой или национальной ненависти. Шишлов оказался единственным, кто признал свою вину. При этом он заявил, что убил Амару Лима на почве личной, а не расовой неприязни. Обвиняемый объяснил, что в 2002 г. в милиции, где он находился по обвинению в хулиганстве, один из пострадавших, на которого очень похож Амару Лима, плюнул ему в лицо. Молодые люди получили серьезные сроки – от 9 до 17 лет.

Местная пресса не уделила конфликту должного внимания. СМИ ограничились короткими заметками, поводом для которых стали оперативно-розыскные мероприятия. Не было предпринято ни одной попытки анализа происходящего, хотя события, предшествующие убийству, позволяли выявить тенденцию.

Это попытались сделать федеральные СМИ. Вот что пишет об убийстве в Воронеже «Российская газета» [2]: «Надо сказать, что нынешнее дело вполне тянет на прецедент. Дело в том, что **прежде избиения иностранцев случались в Воронеже едва ли не каждую неделю**, правоохранительные органы отказывались признавать их национальную подоплеку. В первую очередь – из-за проблем с доказательной базой: поэтому молодчиков, избивавших иностранцев, подводили под статью “Хулиганство”».

Некоторые издания попытались спекулировать на горячей теме. Так, в газете «Известия» вышел материал с заголовком «Негра в Воронеже убили за то, что он негр» [3]. Газета «Коммерсант» предложила не менее спорный вариант – «Грузчики убили негра от скуки» [4].

Отметим, что слово «негр» сегодня находится под фактическим запретом на территории США и в Европе. Оно считается оскорбительным и расистским, а его использование в печатных СМИ грозит не только скандалами, но и штрафами. В российском законодательстве запрет на использование этого слова не закреплен, так как в нашей действительности оно не имеет негативной окраски. Однако намеренное употребление слова «негр» в СМИ в ироничном тоне («языковая игра» в «Извести-

ях»), с нашей точки зрения, является серьезным этическим нарушением.

«Российская газета» продолжила активно следить за событиями в Воронеже. Она откликнулась одной из первых, когда в 2005 г. произошло второе убийство иностранного студента. На этот раз группа в составе 13 человек насмерть забила 18-летнего гражданина Перу, первокурсника ВГАСУ Анхелеса Уртадо Энрике. Еще двоих иностранцев ранили. Травмы были нанесены палками и железными прутьями. В итоге главного обвиняемого по делу Игоря Павлюка приговорили к 16 годам лишения свободы. 12 участников преступления получили сроки от 2 до 5 лет.

У СМИ, по формулировке «РГ», появился повод «демонизировать» Воронеж. Газета отличилась заголовками «Воронежский синдром», «Черная полоса для Воронежа», «Чужие в Воронеже не ходят». Однако в ситуации острой напряженности именно «Российская газета» смогла наладить диалог с властью. Если местные СМИ не смогли добиться от председателя комитета Воронежской областной Думы по законодательству, безопасности, правам человека Александра Пономарева даже комментария, то журналисты из Москвы организовали с ним круглый стол.

В октябре 2005 г. «РГ» провела в своем Черноземном представительстве совет экспертов на тему «Чужие. Есть ли расизм в России?». Представитель издания отметил, что журналисты серьезно обеспокоены происходящим в городе: «Вот только некоторые заголовки статей в российской и мировой прессе: “Гроб вместо диплома”, “Злой город”, “Учеба с риском для жизни”... Мы приехали в Воронеж, где были популярны листовки “Уважай или уезжай!”, чтобы вместе с вами разобраться, как город может справиться с этим грузом обвинений» [5].

Руководитель общественной приемной уполномоченного по правам человека Андрей Рашевский высказался о причинах межэтнических столкновений в Воронеже и особенно подчеркнул роль некоторых СМИ в пропаганде нацизма: «Воронежцы прекрасно помнят времена, когда весь город был обклеен листовками РНЕ (и это продолжалось длительное время). Однажды у нас приняли решение, что члены РНЕ будут участвовать

в патрулировании улиц как дружинники. И они даже вышли в рейд в этом статусе. И только после того как правозащитные организации на всю Россию возмутились, рейды прекратились. Попытки противодействовать, робкие марши протеста никогда не получали со стороны власти серьезной поддержки. Поэтому то, что мы сейчас пожинаем, как и разговоры о том, что Воронеж становится центром нацизма, не случайны. **У нас есть городская газета «Берег», публиковавшая откровенно националистические материалы.** Мы обращались в прокуратуру по поводу ее содержания, никакой реакции не последовало».

Заместитель прокурора Воронежской области Иван Замараев подтвердил, что лично выносил предупреждение главному редактору газеты «Берег» и при содействии прокуратуры тот был снят с должности. Представители власти обвинили работников СМИ в том, что они вешают на Воронеж ярлык «расистского города», что не способствует укреплению межэтнического взаимодействия.

В конце беседы Иван Замараев объявил, что в городе уже существует программа формирования толерантного сознания. Летом 2006 г. мэрия сообщила о начале строительства «Интернациональной деревни» в пригороде Воронежа. «Деревня» должна стать открытой площадкой для встреч иностранцев и отдыха горожан. Лидеры национальных диаспор Воронежа поддержали эту идею. Однако проект не был реализован.

Конфликты на почве национальной розни продолжились. В 2006 г. местные СМИ написали о четырех случаях избиения иностранцев. Произошедшее не вызвало общественного резонанса: ущерб оказался незначительным, нападавших отпустили.

В марте 2007 г. **за три дня** в Воронеже избили граждан Нигерии, Ирака и Йемена. Пресса активно призывала не искать связи между нападениями. «То, что они разделены малыми отрезками времени, – чистая случайность», – цитирует ГУВД Воронежской области газета «МОЁ!». При этом первое нападение на иностранца произошло у Дома офицеров, где молодые националисты собирались со времен появления в городе РНЕ. Пострадавший Фарис Фалех объяснил: «Они не собирались меня грабить. Предлог был надуманный. Им просто не понравилось мое лицо».

Стратегия замалчивания истинных причин конфликта не способствовала его урегулированию. 17 марта был избит 26-летний уроженец Бангладеш Фердоуш Вахед, 6 апреля подростки напали на 50-летнего вьетнамца, который после избивания умер от травм в больнице.

В мае в одном из магазинов Воронежа было изъято более ста компакт-дисков с националистическими песнями, кинокадрами и фотографиями времен фашистской Германии. Экспертная комиссия, в состав которой вошли воронежские ученые, признала песни, записанные на дисках, пропагандой расовой ненависти. В рамках расследования была также изъята литература экстремистского характера, нацистский флаг и символика.

В 2011 г. был задержан Владимир Колмаков. Он избил уроженца Вьетнама. Свои действия воронежский студент сопровождал грубыми высказываниями в адрес всех вьетнамцев, требуя, чтобы они уезжали из России. Колмакова приговорили к 6 месяцам отбывания наказания в колонии строго режима. Это было первое наказание, связанное с реальным лишением свободы за избивание иностранца. Только четыре воронежских издания написали об этом случае, и только после вынесения приговора.

В период с 2008 по 2013 гг. в Воронеже было зафиксировано более 120 случаев межэтнических столкновений. Усилиями власти и общественников удалось снизить градус напряжения: ранее только за один 2004 г. случилось 61 нападение на иностранцев, в 2005 г. их количество увеличилось до 106.

Однако до 2014 г. воронежские издания редко обращались к теме межэтнического конфликта, оставляя право на комментарии за федеральной прессой.

Тамбовская область

В рейтинге межэтнической напряженности Тамбовская область попала в список тех субъектов РФ, где конфликты между разными народами сведены к минимуму или отсутствуют. В 2013 г. специалисты не нашли ни одного упоминания о международных конфликтах на Тамбовщине и не зафиксировали ни одного доказанного факта насилия по этническому признаку.

Однако мы находим упоминания о межэтнических столкновениях, случившихся ранее. Так, по данным информационно-аналитического центра «Сова», в конце 2004 г. в Тамбове активизировались скинхеды. Бригады по 10–15 человек врываются на территорию студенческого городка и избивали иностранцев. Тяжелые травмы получили два вьетнамца. Русские студенты били их ногами.

В 2005 г. компания подростков в камуфляже с фашистской свастикой на рукавах напала на иорданца. Чтобы защитить себя, иностранные студенты создали Международный студенческий патруль. В него вошло 50 человек, вооруженных деревянными палками и дубинками. По вечерам иностранный патруль собирался возле общежитий и обходил территорию. Примечательно, что ни в одном тамбовском СМИ мы не нашли информацию о патруле. Сообщение о нем, как и материалы о других этнических конфликтах в городе, опубликовано только на сайте центра «Сова» [6], который специализируется на противодействии экстремизму, расизму и радикальному национализму.

Местные издания отреагировали только на конфликт, произошедший в декабре 2005 г., когда житель Тамбова Александр Гордеев нанес тяжелые травмы четверым иностранным студентам. Ссора между молодыми людьми вспыхнула в диско-баре и продолжилась на улице. Тамбовчанин, выкрикивая в адрес иностранцев оскорбления по признакам расы, избил их, а одному из потерпевших нанес удар ножом в область левого плеча.

Ряд изданий продолжал настаивать на том, что конфликт произошел на бытовой почве, а не из-за расовой неприязни. При этом Александра Гордеева признали виновным, в том числе по части 2 статьи 282 УК РФ (действия, направленные на унижение достоинства группы лиц по признаку расы, совершенные публично, с применением насилия). В «Российской газете» особо подчеркнули этнические причины конфликта: был опубликован материал с заголовком «Тамбовского студента захлестнула расовая ненависть» [7].

Снова анализом занимается федеральная пресса, в то время как тамбовские СМИ предпочитают замалчивать происходящее. Тамбов действительно нельзя назвать «центром национализма».

Статистика преступлений против иностранцев здесь существенно ниже, чем в Воронеже. Однако конфликты в городе и области случаются регулярно, хотя и остаются без внимания СМИ. В результате поиска по ключевым словам и тегам («межэтнический», «конфликт», «иностранцы», расовая неприязнь» и др.) мы обнаруживаем меньше десяти материалов в местной прессе. В то время как на сайте прокуратуры Тамбовской области находим 117 текстов с интересующими нас словами. На сайте центра «Сова» за последние 8 лет опубликовано 56 материалов о событиях, связанных с расизмом и ксенофобией в Тамбове.

О том, как живется иностранцам в городе, рассказывает студент ТГУ. Его текст опубликован на портале благотворительного фонда «Нужна Помощь» «Такие дела» [8]. Так высказываются о Тамбове иностранные студенты: «Местные жители на контакт не идут и ведут себя скорее агрессивно по отношению к нам. Можно сказать, что в большинстве своем они расисты. Еще здесь мало мест, куда можно пойти развлечься. Обычно мы ходим на стадион погонять мяч, но и там нас почему-то предупреждают, что играть на поле нельзя, можно только фотографироваться. Бесит, что в университете на нас смотрят как на золотые рудники, не пропускают ни единой возможности содрать с нас денег. У меня нет никакого желания оставаться здесь после университета».

Нападения на студентов – самое распространенное преступление против иностранцев. Так, в 2008 г. в Тамбове избили троих студентов из Замбии, в 2009 г. ударили ножом двух молодых людей из Конго, в 2010-м ранили пакистанца.

Журналисты не реагируют как на локальные вспышки агрессии, так и на события, связанные с осквернением культурных ценностей. В 2011 г. в Тамбове было совершено нападение на мечеть. Неизвестные разбили стекла, облили пивом пол и стены. Руководитель местной религиозной организации мусульман Тамбова и Тамбовской области Абдурагим Ильясов уверен, что нападение произошло на национальной почве. По его словам, в 2009 г. был аналогичный инцидент, но тогда прихожане не стали обращаться в правоохранительные органы.

Единственный материал о произошедшем вышел на мусульманском портале «Ансар» [9]. Абдурагим Ильясов прокомментировал ситуацию: «30 декабря 2010 г. прошло заседание Общественного совета УВД Тамбовской области, членом которого я являюсь. На нем обсуждались последние столкновения на национальной почве в Москве. Мы все отметили, что **таких конфликтов в Тамбовской области нет**, и договорились прилагать все усилия для их предотвращения. И буквально через один день **неизвестными совершено нападение на мечеть**».

На примере Тамбовской области мы видим, что отказ от освещения в СМИ межэтнических столкновений не снижает напряженности. Ведь информирование о конфликтном событии так или иначе оказывает влияние на восприятие конфликта, а значит, и на решение самой проблемы.

Липецкая область

В рейтинге межэтнической напряженности Липецкая область относится к регионам с низкой напряженностью и уступает в этом отношении Тамбову. По мнению аналитиков, одиночные насильственные действия в Липецке имеют серьезный резонанс и провоцируют массовые ненасильственные выступления.

В 90-е гг. липецкий филиал РНЕ был одним из самых известных в России. Его возглавлял Виктор Ельчанинов, собравший вокруг себя достаточно сильную команду. Чтобы развить интерес к движению, Ельчанинов организовал бесплатную секцию по тяжелой атлетике в бывшей автошколе. Полуподвальное помещение стало штабом для липецких скинхедов. Когда Ельчанинова осудили за убийство, деятельность группировки пошла на спад, но нападения на иностранцев происходили в Липецке регулярно.

Так, 14 марта 2007 г. избили 25-летнего гражданина Вьетнама Фан Бау Тхуана. Около автовокзала к нему подошли трое молодых людей и с криками «Хайль, Гитлер!» и «Слава России!» повалили на землю и стали бить ногами по голове. Пострадавший получил сотрясение мозга. Об этом случае упоминается только в одном липецком издании «Gorod48» [10]. В апреле того же года напали на двух студентов из Ирака. Ситуация напоминает

предыдущую: снова националистические лозунги, избиение и полное игнорирование журналистами.

В 2008 г. у группы молодых людей случился конфликт с гражданами Алжира и Камеруна. Нападавшие избили иностранцев и отобрали у алжирца 300 рублей. Потом они потребовали, чтобы камерунец снял деньги в банкомате. Малека Алона, оставшегося в заложниках, попытались напугать: «Если в Дагестане убивают русских, то ты умрешь здесь, в Липецке». Ему показали время на телефоне: «Сейчас – 19.00, а когда будет 19.01, ты уже будешь мертв». Затем нападавшие вытерли о брюки иностранца подошвы своих ботинок. Поблизости дежурил наряд ППС. Прохожие, наблюдавшие за инцидентом, позвали на помощь. В результате были задержаны четыре человека, реальное наказание понес только один – суд приговорил его к 2,5 годам лишения свободы условно.

О нападении написало всего два липецких издания – упомянутый ранее портал «Gorod48» [11] и интернет-газета «Липецкие новости» [12]. В интернет-газете был опубликован материал с заголовком «Алжирца избили за триста деревянных». Посетителей сайта возмутило пренебрежительное отношение журналиста к иностранцу. В комментариях началась дискуссия, переросшая в виртуальный конфликт с взаимными оскорблениями. Таким образом, автор текста спровоцировал новое столкновение на почве межэтнической розни.

На положение Липецкой области в рейтинге межэтнической напряженности существенно повлияли события, произошедшие летом 2013 г., – серия нападений на мигрантов.

1 июля неизвестные забросали бутылками с зажигательной смесью дом, в котором проживали приезжие из Узбекистана. В результате возникшего пожара погибли три человека, еще четверо оказались в больнице с ожогами и различными травмами. 31 июля двое 32-летних граждан Узбекистана получили ножевые ранения. Оба мужчины выжили и были госпитализированы. Других подробностей происшествия не сообщалась. Оба случая также остались незамеченными в местных изданиях. Сообщения о них мы находим на сайте прокуратуры Липецкой

области. Подчеркивается, что все преступления совершены на почве хулиганских побуждений.

24 августа в строительный вагончик, где ночевали четверо граждан Узбекистана, ворвались неизвестные, вооруженные ножом и топором. Налетчики скрывали лица под медицинскими масками. Дверь им открыл Амир Максуров, который получил удар в глаз ножом. После этого преступники зарубили топором 28-летнего брата Амира и нанесли ранения двум его землякам.

На скамье подсудимых оказались двое липецких студентов, обвиняемых в убийствах по мотивам национальной ненависти. Во время задержания у них была изъята электронная книга с закачанными в нее файлами фашистского толка. Например, там были: «Азбука русского фашиста», «Кто такие скинхеды. Историческая справка», «Избранные работы по расологии», «Адольф Гитлер о России и русских», «Доктрина фашизма» Бенито Муссолини, «Так говорил Заратустра», «Некоторые рекомендации по уличному насилию (уроки террора для начинающих)».

В этот раз липецкие СМИ активно освещали происшествие. Большинству журналистов удалось остаться в рамках этики: заголовки получились сдержанными и информативными, факты изложены объективно и полно. Спорной можно считать формулировку липецкого портала «Gorod48»: «Как убивали узбеков в Липецке» [13]. Однако в 2013 г. журналистов уже начали сравнивать с блогерами, которые тоже писали о конфликте, чтобы повысить посещаемость своих ресурсов. Правда оказалась на стороне профессионального сообщества, потому что блогеры в основном предлагали аудитории «кликабельные» тексты с заголовками: «В Липецке мочат гастарбайтеров», «Мигрантов в Липецке убивают ножами, топорами и коктейлями Молотова» [14].

Однако именно так называемые гражданские журналисты попытались выяснить причины конфликта и напомнили о том, что липецкие неонацисты активизировались еще весной 2013 г. Так, в конце марта на стене подземного перехода появилась надпись «Смерть системе» и свастика. 20 апреля, в день рождения Адольфа Гитлера, неонацисты снова исписали стены свастикой. Через месяц, во время футбольного матча, фанаты

липецкого «Металлурга» вывесили баннер в память о неонацисте Дмитрие Боровикове. Если бы СМИ раньше обратили внимание на происходящее, это могло предотвратить агрессивные действия неонацистской группировки.

Липецких журналистов, как и их коллег из соседних регионов, можно упрекнуть в неумении анализировать конфликт и добираться до скрытых причин происходящего. СМИ должны не только аккуратно регистрировать факты, но и предлагать способы урегулирования ситуации, налаживать диалог власти и общественности. Если же обходить острые межнациональные проблемы, то это может только усугубить имеющиеся трудности.

Белгородская область

Белгородская область, как и Тамбовская, в рейтинге межэтнической напряженности попала в группу субъектов РФ, где межнациональные конфликты отсутствуют или сведены к минимуму. В СМИ до 2014 г. практически отсутствуют упоминания о расовой неприязни в Белгороде. Однако в результате поиска по ключевым словам и мониторинга сайта прокуратуры мы обнаруживаем, что конфликтные ситуации случались и ранее.

Так, 25 августа 2005 г. группа молодых людей напала на дом, в котором проживала цыганская семья. С криками «Бей цыган!» нападавшие бросили в окно кухни бутылку с зажигательной смесью, а в комнату – дымовую шашку. Когда семья Николаенко выбежала во двор, хозяина дома и его жену избili арматурой, а на их сына напали с ножом. На помощь пострадавшим пришли гости, которые остались у них ночевать. Гости же смогли задержать одного из преступников. Остальным удалось скрыться, но вскоре милиция нашла всех участников нападения – почти 20 человек. Задержанные оказались студентами, членами «Белгородского национального корпуса». Организаторы группировки Максим Шаров, Илья Сутула, Андрей Петров получили реальный срок, остальные члены БНК не понесли никакого наказания.

Когда начался судебный процесс, его активно освещала газета «Коммерсант». Материал с заголовком «Антицыганский корпус»

[15] не вызывает вопросов с этической точки зрения. Даже языковая игра в заголовке уместна, поскольку не задевает национальные чувства сторон конфликта. «Коммерсант» не только следит за ходом уголовного дела, но и анализирует обстановку в регионе. Журналисты обратились за комментариями и к неформальному лидеру цыган Артуру Биджиеву, и к руководству вуза. Биджиев отметил, что нападение, совершенное накануне выборов в облдуму, было выгодно силам, заинтересованным в дестабилизации социально-экономической обстановки. По его мнению, во власти есть отдельные чиновники, которые видят в националистическом движении «некую узду, сдерживающую черных».

Уже после вынесения приговора вышел материал «Студенты-юристы избивали цыган металлическими прутьями» [16] в ИА REGNUM. Другие СМИ либо вообще не освещали конфликт, либо уделили ему несколько строк в криминальной хронике.

Несмотря на то, что БНК лишились лидеров, их последователи продолжили свою деятельность. За ноябрь 2006 г. от рук скинхедов пострадало 18 иностранных студентов, обучавшихся в Белгородском государственном университете. Первое нападение было совершено на студента из Палестины. С криками «Россия для русских» на него набросились трое молодых людей, вооруженных ножом. Пострадавшему нанесли два ранения. Его успели спасти прибежавшие на помощь сокурсники.

Все другие нападения были организованы по той же схеме: молодые люди, выкрикивая националистические лозунги, толпой налетали на иностранцев и начинали их избивать. Для атаки они выбрали улицу, по которой иностранные студенты возвращались в общежитие из ближайшего гипермаркета.

На сайте прокуратуры в архиве мы находим упоминание о четырех избиениях. Информация о том, что случаев агрессии было значительно больше, опубликована на сайте информационно-аналитического центра «Сова». Трудно проверить ее достоверность, потому что ни одно белгородское СМИ не освещало серию нападений. О восемнадцати столкновениях пишет также портал «Права иностранных студентов» [17]. Здесь же говорится о том, что иностранцы обратились в ректорат БелГУ

с требованием обеспечить их безопасность. 1 декабря подозреваемые были задержаны. Ими оказались подростки, которые проходили свидетелями по делу об экстремистской группировке, организовавшей нападение на цыганскую семью в 2005 г. Несовершеннолетних снова отпустили, так как в силу возраста их нельзя было привлечь к уголовной ответственности.

Нападения не прекратились. В 2008 г. молодые люди в камуфляже и солдатских ботинках избили двух сенегальцев, студентов подготовительного отделения БелГУ. Когда нападавших задержали, они признались, что являются неонацистами. В 2010 г. в Белгороде стали распространять денежные купюры с отпечатанной надписью «Аллаху Акбар / смерть русским». Неонацисты назвали это «удачной антиисламской провокацией».

Однако все это локальные вспышки агрессии, которые оставались незамеченными местными СМИ.

Курская область

Межэтническая напряженность в Курской области в 2013 г. оценивалась как низкая. Восемью годами ранее эксперты давали другие оценки уровню конфликтности в регионе. В 2005 г. эксперт международной сети UNITED («Европейская сеть против фашизма и расизма») Алексей Козлов так прокомментировал ситуацию: «Курск наряду с Воронежем – один из “центров” активности скинхедов в российской провинции. Количество преступлений по национальным мотивам, связанным с насилием, здесь заметно выше, чем в соседних регионах».

Поводом для этого высказывания стала попытка курских скинхедов сорвать гастроль «Хора Турецкого» – первого в России еврейского хора. Накануне приезда артистов сотрудники театра обнаружили на стенах антисемитские надписи и изображения свастик и звезд Давида. В день выступления в театр звонили с требованием отменить концерт «сионистского хора». В противном случае звонившие угрожали митингом протеста и взрывом театра. Охрана здания была увеличена вдвое, артисты приехали в окружении сотрудников полиции. Личности людей, устроивших антисемитскую акцию, установить не удалось.

Инцидент прокомментировала газета «Коммерсант» в материале «Курские антисемиты подали голос» [18]. Журналисты обратились к Алексею Козлову, он выразил надежду, что «правоохранительные органы не расценят случившееся как обычную хулиганскую выходку (действия скинхедов часто квалифицируются таким образом), а обратят внимание на проблему преступлений, связанных с национальной рознью». Журналисты «Коммерсанта» отметили, что это не первый случай проявления антисемитизма в Центральном Черноземье. Они напомнили, что 10 сентября 2004 г. мэрия Воронежа уволила главного редактора муниципальной газеты «Берег» Святослава Иванова. Основанием стала публикация в «Береге» исторического очерка «Банки – еврейские, нищета – российская» про еврейский состав первых правительств СССР и рецензии на книгу Александра Солженицына «Русские и евреи: двести лет вместе».

В 2007 г. стало известно, что в Курске свободно продаются диски с сочинениями нацистских идеологов, архивными фашистскими фильмами и эсэсовскими маршами. По словам продавцов, особой популярностью пользовались «библиотеки в кармане» – собрание томов, среди которых был и труд Гитлера «Майн кампф». Диски можно было приобрести в киосках во всех районах Курска. В Сеймском и Железнодорожном округах торговые точки расположены рядом с районными отделами милиции и прокуратуры. Всю продукцию быстро изъяли из продажи.

В июле того же года в городе была создана экстремистская группа «Скинхед». Ее главарем стал 18-летний Дмитрий С. 15 ноября трое членов группировки напали на студента КГУ, приехавшего из Замбии. Молодого человека избили, преступникам удалось скрыться. Дмитрия С. задержали в марте 2008 г. Он с приятелями шел по улице в одежде, соответствующей атрибутике скинхедов. Один из прохожих, увидев Дмитрия, заметил, что не понимает и не поддерживает идеологию фашизма. Дмитрий достал нож и полоснул молодого человека лезвием по левой щеке и шее, а его спутника ранил в плечо. Пострадавшие обратились в полицию. Главаря группировки приговорили к 6 годам лишения свободы в исправительной колонии строгого режима.

Курские СМИ не оставили конфликт без внимания. Сетевое издание «Друг для друга Курск онлайн» в разделе «Беспредел» выпустили материал «Главарь курских скинхедов порезал двух человек» [19]. Тон публикации не соответствует этическим нормам. Журналист эмоционально высказывается по поводу произошедшего, сгущает краски и нагнетает ситуацию: «Главарь» считал, что их задача – **“мочить” всех живущих в городе людей с иным цветом кожи**»; «Окровавленному иностранцу чудом удалось вырваться из рук истязателей»; «Скинхеды вначале погнались за **недобитой** жертвой». Отметим, что комментарии на сайте не проходят премодерацию, поэтому под текстом началась дискуссия, переросшая в конфликт.

Тот же портал «Друг для друга Курск онлайн» в подобной манере освещал нападение на поклонников группы F.P.G. В 2009 г. были избиты посетители рок-концерта. Неонацисты подкарауливали их на остановке, в подворотнях и спрашивали: «Вы антифашисты? А мы фашисты». Журналисты снова поддаются эмоциям и подменяют факты субъективной оценкой: «Парни, считающие себя фашистами, несколько часов ждали своих жертв. Дождались. Жестоко избивали. За то, что поклонники F.P.G выглядят иначе – длинные волосы, пирсинг...»

Таким образом, в Курске журналисты чаще, чем в соседних регионах, обращаются к этнической теме. Местные журналисты пишут о локальных вспышках агрессии. Чаще они ограничиваются простой регистрацией фактов, либо заменяют аналитическую составляющую публикаций эмоциональным компонентом.

Мы приходим к выводу, что с учетом исторического аспекта Центральное Черноземье нельзя назвать территорией, где нет места конфликтам. Однако, так как входящие в состав Черноземья регионы являются моноэтническими, тема межнациональных отношений редко попадает в поле зрения СМИ. Отчасти это связано с тем, что журналистам не хватает подготовки, чтобы писать о людях разных культур, о проблемах взаимоотношений между представителями разных народов.

Получить специальные знания неоткуда, потому что дисциплина «Межэтническая журналистика» пока не включена в учебные планы вузов. Остается учиться на практике – методом проб и ошибок. В регионах с высокой этнической напряженностью журналисты подготовлены лучше: они систематизируют опыт коллег, уделяют большое внимание изучению истории и культуры разных национальностей. В Черноземье же конфликты случаются нерегулярно, и СМИ не умеют грамотно их освещать. Не имея опыта работы с этнической темой, журналисты не только не способствуют урегулированию ситуации, но и совершают ошибки, способствующие разжиганию межнациональной розни.

М. В. Репина

Литература

1. В Воронеже вновь напали на иностранных студентов. Убит перуанец // Коммуна. – 2004. – 19 авг. – Режим доступа: https://communa.ru/region/v_voronezhe_vnov_napali_na_inostrannykh_studentov_ubit_peruanets/ (дата обращения: 12.03.2019).
2. Троица под статьей // Российская газета. – 2004. – 1 окт. – Режим доступа: <https://rg.ru/2004/10/01/student.html> (дата обращения: 12.03.2019).
3. Негра в Воронеже убили за то, что он негр // Известия. – 2004. – 2 июля. – Режим доступа: <https://iz.ru/news/291714> (дата обращения: 12.03.2019).
4. Грузчики убили негра от скуки // Коммерсантъ (Воронеж). – 2004. – 20 марта. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/45914> (дата обращения: 12.03.2019).
5. Нерусские в России // Российская газета. – 2005. – 27 окт. – Режим доступа: <https://rg.ru/2005/10/27/voronezh-nerusskie.html> (дата обращения: 12.03.2019).
6. В Тамбове создан Международный студенческий патруль // Информационно-аналитический центр «Сова». – 2004. – 1 апр. – Режим доступа: <https://www.sova-center.ru/racism-xenophobia/news/counteraction/2004/04/d3648/> (дата обращения: 12.03.2019).
7. Тамбовского студента захлестнула расовая ненависть // Российская газета. – 2007. – 7 февр. – Режим доступа: <https://rg.ru/2007/02/07/kriminal.html> (дата обращения: 12.03.2019).
8. Африка в Тамбове // Такие дела. – 2018. – 21 нояб. – Режим доступа:

<https://takiedela.ru/2018/11/inostrannye-studenty-v-tambove/> (дата обращения: 12.03.2019).

9. В Тамбове совершено нападение на мечеть // Ансар. – 2011. – 5 янв. – Режим доступа: <http://www.ansar.ru/rfsng/v-tambove-soversheno-napadenie-na-mechet> (дата обращения: 12.03.2019).

10. В Липецке в очередной раз избили иностранца // Gorod48.ru. – 2007. – 15 марта. – Режим доступа: <https://gorod48.ru/news/6555/> (дата обращения: 12.03.2019).

11. В Липецке задержаны трое учащихся, ограбивших гражданина Алжира // Gorod48.ru. – 2008. – 16 июня. – Режим доступа: <https://gorod48.ru/news/12318/> (дата обращения: 12.03.2019).

12. Алжирца избили за треста деревянных // Липецкие новости. – 2008. – 16 июня. – Режим доступа: <https://lipetsknews.ru/articles/novosti-kompaniy/alzhirca-izbili-za-trista-derevyannyh> (дата обращения: 12.03.2019).

13. Как убивали узбеков в Липецке // Gorod48.ru. – 2013. – 15 марта. – Режим доступа: <https://gorod48.ru/news/18871/> (дата обращения: 12.03.2019).

14. Мигрантов в Липецке убивают ножами, топорами и коктейлями Молотова // Livejournal.com. – 2013. – 29 авг. – Режим доступа: <https://rusplt.livejournal.com/19875.html> (дата обращения: 12.03.2019).

15. Антицыганский корпус // Коммерсантъ (Воронеж). – 2006. – 7 июня. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/680049> (дата обращения: 12.03.2019).

16. Студенты-юристы избивали цыган металлическими прутьями // ИА REGNUM. – 2006. – 26 сент. – Режим доступа: <https://regnum.ru/news/711311.htm> (дата обращения: 12.03.2019).

17. Избиение студентов в Белгороде // Права иностранных студентов. – 2006. – 26 июля. – Режим доступа: <http://www.fs.hrworld.ru/content/belgorod-statistika-napadenii-na-inostrannykh-studentov> (дата обращения: 12.03.2019).

18. Курские антисемиты подали голос // Коммерсантъ (Воронеж). – 2005. – 4 окт. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/614528> (дата обращения: 12.03.2019).

19. «Главарь» курских скинхедов порезал двух человек // Друг для друга Курск онлайн. – 2009. – 26 мая. – Режим доступа: <http://www.dddkursk.ru/number/763/criminal/001383/> (дата обращения: 12.03.2019).

Впервые была опубликована в альманахе «Акценты. Новое в массовой коммуникации» (выпуск 3–4, 2019)

О выразительно-изобразительной природе публицистики

Рассматривая обозначенный аспект в самом первом приближении, естественно вспомнить о всеприсутствии публицистики в СМИ, а затем – о соответствующей типологии искусств, и тогда на одном полюсе окажется соприродная музыке радиопублицистика, а на другом – близкая к живописи фотопублицистика. Однако этот путь развития мысли способен мгновенно завести в тупик, поскольку синонимом выразительности является субъективность, а это родовой признак публицистики как таковой. Проблема, лишь обозначившись подобным образом, сразу рискует оказаться закрытой. Продуктивнее поэтому, взяв первое начало за основу, сосредоточиться на процессах и результатах взаимодействия с ним изобразительности. Впрочем, и при этом выразительное не следует воспринимать априорно: в той же фотопублицистике, в аналогичных телеформатах и видеофайлах, в описательных жанрах печатной периодики исходной будет зрелищность, а экспрессивность, напротив – силой преобразующей.

Специфика публицистики, естественно, связана с ее прямым, публичным же, назначением. Как сказано в одной из последних работ, данному феномену посвященных, «цель публицистики – пробуждение общественной мысли, объединение людей вокруг идеи, освещаемой в статье, формирование общественного мнения» [1, 136]. Публицистика (причем здесь она исторически возглавляет ряд, продолжаемый пропагандой и рекламой) стремится завоевать и воодушевить максимальное число современников, реально на них влияя. Две ее основы – это искреннее самовыражение и просветительство, поэтому автор одновременно должен быть убежденным и убедительным, красноречивым и ясным, впечатляющим и наглядным.

В большинстве дореволюционных, советских и некоторых более поздних суждений о публицистике внимание было сосредоточено на соотношении понятийно-логического и образно-эмоционального. Причем акцент ставился на том, как чувства просветляют мысль [см., например: 2, 161], превращают ее в пафос. Уже заинтересован-

но внедрявший этот термин В. Г. Белинский подчеркивал, что его сила как публициста «не в таланте, а в страсти, в субъективном характере натуры и личности» [3, 704]. Тезисы текстов, рассчитанных на широкие аудитории, не допускают хаотичности, они выстраиваются четко, упорядоченно, но сообщаются еще и энергично, активно, особенно в высказываниях устных, которые могут обладать даже повышенной суггестивностью.

Ведущими жанрами, к этому стремящимися и этого достигающими, являются программные выступления (манифесты, тронные/инаугурационные речи, воззвания, передовые статьи, развернутые некрологи, проповеди, открытые письма и т. п.), а также памфлеты. Все они декларируют credo вождя, пастыря, оратора, публициста, а обыкновенно – тех, кого каждый из них представляет: партию, конфессию, художественную группировку, редакцию.

Воздействующие, подчас манипулятивные, эффекты достигаются при этом прежде всего испытанными со времен античности риторическими выразительными средствами: обращениями и вопросами, гиперболами и литотами, повторами-заклинаниями, градациями, антитезами, умелыми инверсиями и т. п. С их помощью речь выполняет не информативную, а формативную, то есть именно формирующую функцию [см. об этом: 4, 205].

Однако и самое напористое использование перечисленных приемов – тактика лобовых атак – совсем не обязательно сулит успех. И, как правило, отвлеченность идеологических или иных установок преодолевается за счет разнообразной конкретизации. В программных выступлениях и памфлетах ее любят осуществлять простым переключением регистров – полемическими выпадами в сторону врагов, противников, оппонентов [подробней см.: 5], но тем более плодотворными оказываются ресурсы изобразительности.

Выдвигая и внушая обобщающую идею, автор старается не оказаться голословным: характерными и спасительными для передовиц становятся поэтому обороты типа «возьмем другой пример» [см. как вариант в статье Г. В. Плеханова: 6, 21]. Постулаты и лозунги подкрепляются фактами, впрочем, как прави-

ло, в перечислительном виде. У Г. Зюганова, лидера КПРФ, это, положим, выглядит так: **«Жизнь заставляет власти брать на вооружение то, над чем многие годы работала наша команда.** Мы настаивали на обеспечении безопасности северных рубежей, где сосредоточены гигантские богатства Родины. Эти территории оказались полностью оголенными после разрушения пяти авиационных полков МиГ-31. Сегодня эта лучшая в мире машина опять поставлена на поток. Одновременно реализуется проект по созданию новой модели истребителя-перехватчика МиГ-41. Принято наше предложение по энергичному развитию гражданской авиации» [7, 1]. И т. д. и т. п.

Перед нами лишь один, да еще и неполный, абзац политического заявления, но структура его типовая: императивное или эмоциональное высказывание (здесь, как и во многих других аналогичных положениях, оно имеет законное шрифтовое выделение) «подпирается» конкретными аргументами. Выходит, если это изобразительность, то сугубо плакатного свойства. Факты или образы составляют в подобном контексте материал подсобный, но они придают ему объемность, и трибун от них не только отталкивается, но и накаляется.

Могут возразить: разве иначе строятся статьи аналитические? Похоже, и все-таки по-другому: там автор ищет истину на наших глазах и демонстрирует богатство, разнообразие мысли, а здесь выступающий не ведает сомнений в том, что произносит: в наступление отправлена цепь пропагандистских лейтмотивов – текст бьет в одну точку, и, естественно, капли камень точат.

Еще очевиднее исповедует «одну – но пламенную страсть» [8, 80] памфлет, где она быстрее закипает и дольше клокочет. И это объяснимо: ведя огонь на уничтожение, человек должен быть абсолютно уверенным в собственной правоте. Подобную логику афористично сформулировал во время войны поэт-публицист М. Светлов: «Я стреляю – и нет справедливости справедливее пули моей!» [9, 440].

Но высокое и яростное пламя нужно все-таки неумоимо, даже агрессивно, поддерживать, и в топку идут разнообразные прецеденты: цитаты из художественной литературы, ре-

зультаты научных исследований, статистика, личные текущие впечатления, параллели (либо антитезы) из истории и преданий. Вот как выглядят современные жанровые решения: «В начале 90-х социологи провели масштабный опрос молодых людей от 18 до 20 лет. И выяснилось, что большинство из них мечтают стать не космонавтами и учителями, не врачами и инженерами, а проститутками и бандитами. Не то чтоб эти профессии казались молодым людям романтическими, но такая работа давала стабильный заработок. Прошло двадцать лет. Россия оправилась, привела себя в порядок. Потенциальные шлюхи и рэкетеры повзрослели, одумались и нашли себя в новой жизни. Теперь они служат на таможне, в милиции, в налоговых инспекциях и в судах. Романтики опять же никакой, но заработок стабильный» [10, 1].

А иногда конкретизация начинается уже с аллегорий, назначение которых как раз в том, чтобы запечатлеть умозрительную публицистическую идею в зримом образе. Памфлетист склонен обсуждать отвлеченные понятия (типа Добродетели, Совести, Чести, Истины), но их необходимо максимально реанимировать, приблизив к аудитории, задев ее за живое, поэтому он и прибегает к аллегории как способу однозначного, не допускающего иных толкований иносказания с заложенной в нем определенной и открытой оценочностью, когда добро есть добро, а зло есть зло. Вспомним хотя бы классические жанровые образцы: «Пчелы» Д. Писарева или «Скотный двор» Дж. Оруэлла. Будучи лишенными изобразительности, памфлеты в лучшем случае становятся инвективами – гневными тирадами, а в худшем – «представляют собой цензурную матерщину» [11, 42], заурядную площадную брань, как охарактеризовал некоторые выпады А. Проханова Ю. Богомолов.

Очевидна правота А. Г. Алтуняна, который утверждал, что образы в публицистике прагматичны, иллюстративно-аргументативны [см.: 12, 9–10, 26]. А еще – по мнению на сей раз И. Ф. Архипова – они схематичны, одноплановы [см.: 13, 48, 49]. И приблизительно так же, редуцированно, а подчас и фантастически трансформированно [см. об этом: 14, 360] выглядят

в структуре наиболее выразительных публицистических жанров, о которых мы только что вспоминали, факты. Тем не менее и здесь, как было уже показано, образно-фактологические элементы совершенно необходимы: с их помощью производится визуализация – хотя бы и в вербальной форме.

В жанрах по своему происхождению скорее изобразительных – при сходных результатах – движение происходит едва ли не обратное. Если для памфлетиста характерна деперсонализация, и ему достаточно упомянуть одно лишь имя антагониста (будь то Троцкий, Гитлер или Усама бен Ладен), чтобы обрушиться на целую систему взглядов и действий, то очеркисты и фельетонисты зависимы от материала: свою концепцию в конкретике они предпочитают упрятать, либо находят ее, постигая людей и обстоятельства. В особой цене наблюдательность, способность к описаниям, персонализация, умение подавать приметы окружающего мира и персонажей зримо, пластично, подробно. Иногда – как, например, у Ю. Роста – словесные зарисовки пишущего подкрепляются его же собственными фотографиями. Существенно и то, что, в отличие от насыщенной психологизмом художественной литературы двух последних веков, видимая реальность в предметных публицистических жанрах не оттесняется на периферию преимущественным восприятием внутренней жизни человека.

Однако даже повышенная детализация не может оказаться в СМИ самоценной: медийные картины и характеристики не буквальны, а выразительны. Насквозь субъективны они у эссеистов; в фельетонах факты подаются, как в любой сатире, – условно, саркастически утрированно; а для фото- и телепублицистики привычны предвзятый подбор кадров и снимков, тенденциозные ракурсы и монтаж. Впрочем, интересней всего в этом смысле присмотреться к спокойным по тону и обстоятельным по изложению очеркам.

Не станем искать легких путей и цитировать, скажем, переполненные негодованием в каждой реконструируемой сцене «Окаянные дни» И. Бунина и подобные им записки – возьмем текст относительно ровный, описывающий сегодняшнее состо-

ание Нижнего Новгорода. Однако и его автор, Борис Борисов, начинает все-таки с откровенных признаний: «Ну что тут скажешь... Люблю я свой город. И когда он был Горьким, и когда снова обрел свое историческое имя» [15, 190]. Создавая образ малой родины, очеркист обзрывает разные сферы его жизнедеятельности: управление, транспорт, коммуналку, миграционную политику, СМИ, трудоустройство – и погружает объект в контексты временные («прежде» – «теперь») и пространственные (сравнение Нижнего с близлежащим Ивановом).

Кое-где Борисов и впрямь живописует, повествует: в произведении наличествуют 3–4 диалога, несколько эпизодов и немалое количество эпизодических же героев. Однако конкретика нередко и свернута: в чести характеристики самые обобщенные («Тут изготавливали “оборонный щит страны”. Рабочий ставился в пример, рабочий был востребован. Ныне “рабочий” – слово редкое, единичное и если не ругательное, то свидетельствующее о неуспешной жизни» [15, 190]); или страницу спустя: «Нижегородская чвань любит блестящее, модное, дорогое и эксклюзивное» [15, 191], да при этом еще очеркист лукаво отрекщивается от локальности своего интегрирующего метода: «Когда я говорю “Нижний Новгород”, я не исключаю, что говорю не только о своем, но и о любом другом городе» [15, 191]. Оценочность ощутима уже внутри отдельных фраз, а ниже она будет заметна в подтексте каждой из картин. Автор решительно типологизирует факты и подает их где в иронической, а где и в драматической огласовке.

Надо отметить, что среди исследований, посвященных жанру, можно встретить и такие, где упорно говорится о его преимущественной документальности, зато авторское «я» представлено всего лишь как «выразительное средство» [16, 267]. Подобная минимизация роли очеркового автора вызывает даже не протест, а оторопь, потому что именно он является реальным организатором повествования. Несмотря на свое сосредоточенное внимание к окружающему, он весьма инициативен: поток жизненных явлений встречает его тенденциозно настроенный взгляд или, по крайней мере, они выступают в его интерпретации.

Вот и в нашем случае, у Б. Борисова, текст складывается из собственных впечатлений, личных наблюдений, что акцентируется («Я был свидетелем сцены...» [15, с. 195]), а также из показаний близких друзей. В других жанровых разновидностях (прежде всего путевой) оценочные суждения попадают на глаза еще чаще, разрастаясь иногда до очевидных лирических отступлений. Или до нескольких иных экскурсов: допустим, рассказывая про мальтийцев, Ю. Осипов заключает большой абзац фразой «Нам бы такую нежность к собственной истории» [17, 100]. Затем, после пробела, тем не менее продолжает: «В качестве небольшого отступления: далеко-далеко, в Калининском районе Петербурга, на Минеральной улице стоит католический храм Просвещения Пресвятой Девы Марии, внутри аскетично и по-настоящему духовно, в фундаменте похоронен сам проектировщик Бенуа...» [17, 100]. Далее следует довольно выразительный аргумент как раз из истории собственной, после чего повествование возвращается на Мальту, и в подобных переходах-камбэках тоже, несомненно, присутствует авторская воля. Очерковая журналистика – при всей своей наглядности – тоже позиционная, то есть выражающая позицию человека и гражданина.

Получается, что публицистика являет собой синтез выразительного и изобразительного, воздействующего и познавательного начал с меняющейся в разных жанрах доминантой. Обращаясь к большим, нерасчлененным на страты массам людей, журналистика этого рода занимается популяризацией, то есть широкозахватным распространением знаний и внедрением идей (заметим в скобках, что недаром и научно-популярную деятельность называют порой научной пропагандой). Поэтому публицистика стремится быть авторитетной и доходчивой, сложное излагает через простое, а неведомое через знакомое. Показательны те элементарные сравнения, при помощи которых В. Маяковский открывал для себя и для советского читателя 1920-х годов Америку: «Мелькнула американская Волга – Миссисипи» [18, 297].

Нельзя, впрочем, сказать, что обозначенный синтез относится к исключительным свойствам публицистики. Весьма характерен он для большинства рекламных текстов, только, в

отличие от манифестов, в них преобладает индуктивная композиция: слоган не предшествует, а завершает демонстрацию примера, сценки, картины. В одном из последних диссертационных исследований на этот счет сказано, что такова «характерная для американской риторики композиция с “оттягиванием” темы и привлечением внимания к ключевой фразе, помещенной в самом конце текста» [19, 16]. С синтезом сталкиваемся мы даже в информационных разделах СМИ (таковы репортаж, в некоторых отношениях отчет), и тем более в новейшей конвергентной журналистике (прежде всего на ум приходят лонгриды, подробней о которых см.: [20, 8–10]). А антипод публицистики, особенно в части визуализации, скорее всего, аналитика с ее преимущественно понятийно-логической, а не образно-эмоциональной аргументацией. Хотя иногда обозреватель может выражать и прихотливые мнения.

Общая структура публицистики в том виде, который мы обнаруживаем в давних и сегодняшних проявлениях, воспринимается как ее извечная, постоянная природа. Однако востребована она бывает в разные времена далеко не в равной степени. Новое обращение к ней, актуализация исследовательской проблематики оправданы тем, что сегодня публицистика заметно активизировалась. В условиях непрекращающихся предвыборных кампаний, информационных войн, усиления идеологического влияния на население вновь заговорили о возрождении духоподъемных массмедиа [см.: 21, 62–63; 22, 18]. Публицистика проникает в новостные сообщения, итоговые программы, что, разумеется, настораживает. Но для начала – побуждает научиться просто сызнова распознавать этот феномен.

С. Л. Страшнов

Литература

1. Машарипова Т. Ж. Публицистика и литература : общие и отличительные особенности / Т. Ж. Машарипова // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2014. – № 2. – С. 130–148.
2. Основы творческой деятельности журналиста : учебник. – СПб. : Знание, СПбИВЭСЭП, 2000.
3. Белинский В. Г. Письма 1829–1848 годов / В. Г. Белинский // Собр. 112

- соч. в 9 т. – М. : Художественная литература, 1982. – Т. 9.
4. Эпштейн М. Слово и молчание в русской культуре / М. Эпштейн // Звезда. – 2005. – № 10. – С. 202–222.
 5. Шестерина А. М. Полемический текст в современном медиапространстве (функциональные, жанровые и структурные особенности печатной полемики) / А. М. Шестерина. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2003.
 6. История отечественной журналистики (1917–1945). – М. : Изд-во МГУ, 1999.
 7. Зюганов Г. За возрождение страны и достойное будущее народа / Г. Зюганов // Правда. Информационный бюллетень ЦК КПРФ. – 2016. – Январь – февраль. – С. 1–2.
 8. Лермонтов М. Ю. Мцыри / М. Ю. Лермонтов // Собр. соч. в 4 т. – М. : Художественная литература, 1976. – Т. 2. – С. 78–98.
 9. Светлов М. Итальянец / М. Светлов // Собр. соч. в 3 т. – М. : Художественная литература, 1974. – Т. 1. – С. 439–440.
 10. Речкалов В. Сукины дети / В. Речкалов // Московский комсомолец. – 2011. – 16 февраля. – С. 1.
 11. Богомолов Ю. Товарищ Гексоген / Ю. Богомолов // Журналист. – 2009. – № 7. – С. 42–44.
 12. Алтунян А. Г. От Булгарина до Жириновского : идейно-стилистический анализ политических текстов / А. Г. Алтунян. – М. : Российск. гос. гуманит. ун-т, 1999.
 13. Архипов И. Ф. К вопросу о существовании собственно публицистического образа / И. Ф. Архипов // Вестник МГУ. Сер. XI. Журналистика. – 1974. – № 5. – С. 44–53.
 14. Третьяков В. Как стать знаменитым журналистом : курс лекций по теории и практике современной русской журналистики / В. Третьяков. – М. : Ладомир, 2004.
 15. Борисов Б. Увы, НиНО, улы / Б. Борисов // Знамя. – 2014. – № 4. – С. 90–197.
 16. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004.
 17. Осипов Ю. Краткий курс мальтийской жизни с красивой женщиной (или Большая Белая Акула Как Повод Для Гордости) / Ю. Осипов // Дружба народов. – 2016. – № 1. – С. 91–118.
 18. Маяковский В. Мое открытие Америки / В. Маяковский // Полн. собр. соч. в 13 т. – М. : ГИХЛ, 1958. – Т. 7. – С. 265–346.
 19. Рябиничева Д. В. Жанр плакатного лозунга и рекламы в творчестве Владимира Маяковского 1920-х годов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Д. В. Рябиничева. – М., 2009.
 20. Кульчицкая Д. Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ : особенности и техно-

логия создания / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян. – М. : Аспект Пресс, 2016.

21. Тимченко И. Возвращение авторской журналистики / И. Тимченко // Журналист. – 2017. – № 3. – С. 62–63.

22. Свитич Л. Г. Коммуникативные характеристики контента городских газет (по результатам контент-анализа) / Л. Г. Свитич [и др.] // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2016. – № 1. – С. 3–27.

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 2, 2019)

Журналистика и журналистское образование в современных условиях

Журналистика и социальные сети. О том, что журналистика, если не умерла, то постепенно исчезает, сегодня говорят на самых разных уровнях, вкладывая в высказывания порой противоположные смыслы: публицисты скорбят по поводу исчезновения качественной журналистики [1; 2], чиновники и некоторые добровольные проводники их идей [3; 4] почти приветствуют этот процесс. К счастью, есть и другие мнения: так, Е. Л. Варганова, соглашаясь с тем, что у журналистики есть сервисный компонент, настаивает на общественном статусе журналистики, производящей духовные и виртуальные ценности. При этом, замечает медиаэксперт, журналистика «не может быть приравнена ни к химчистке, ни к ресторану. Они обслуживают определенную группу индивидуальных пользователей, а журналистика обслуживает общество в целом. <...> Это сервис особого рода, под который постиндустриальные ученые не разработали теорию. Хотя такая теория есть – теория общественного согласия» [5]. К ученому присоединяется и практик – главный редактор журнала «Афиша» Д. Трабун, считающий, что миссия журналиста всегда остается одинаковой: «Журналистика – социальный институт, помогающий держать баланс в обществе. Из-за определенных событий ей приписывают другие функции, в том числе обслуживания власти. Статья становится пропагандой, когда в сюжете у автора не случается просветления. Когда оказывается, что место рецензии занял анонс, а даже большое новостное агентство не потрудились для острой новости собрать три источника с разными мнениями по вопросу. Почему-то мы часто забываем, что журналистика – это рассказывание историй, где случаются драматические моменты понимания и озарения, что и является выходом за рамки своего коридора, своего туннеля» [6].

Решая традиционные задачи, современная журналистика не может игнорировать факт развития медиатехники, социальных сетей и так называемой гражданской журналистики. Поэтому

редакции, а также ведущие журналисты уже не факультативно, а в обязательном порядке начинают использовать соцсети («ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой Мир», Facebook, Twitter, Instagram, видеохостинг Youtube и др.) в своей работе, регистрируя на них свои официальные страницы. Главная причина – усиление конкуренции между СМИ, борьба за аудиторию. Развивая и расширяя контакты с аудиторией, налаживая обратную связь, журналисты и редакции в целом повышают эффективность и действенность публикаций.

Победное шествие социальных сетей по интернету началось десять лет назад. В них каждый пользователь получает возможность не просто творить и общаться, но и делиться плодами своего творчества с многомиллионной аудиторией (при этом сохраняется самая разнообразная и в больших объемах информация: тексты, рисунки, фотографии, видео- и аудиоматериалы).

Для одиноких или больных людей социальные сети – это настоящее «окно в мир», порой единственный источник душевного тепла и даже практический помощник, упрощающий и удешевляющий процесс, например тех же покупок или междугородних переговоров.

В сетях люди находят друзей по интересам и единомышленников. Некую обезличенность в общении также можно отметить плюсом, поскольку иной интернет-собеседник в реальной жизни может раздражать.

Общаясь с зарубежными друзьями, можно улучшить свои знания в иностранном языке. А еще практически все социальные сети учат милосердию и волонтерству.

Критики же соцсетей говорят следующее: постоянно находясь в интернет-пространстве, люди уходят в вымышленный мир, что не может компенсировать живого общения, в том числе с членами семьи и друзьями. Это особенно опасно для подростков, которые, не приобретая навыков реальной коммуникации, не в состоянии социализироваться. Они зачастую выглядят неадекватными, и, приобретая психологические комплексы, необратимо травмируются.

Зависимость от социальных сетей приводит к трате полезного времени. Вот мнение одного из бывших активных пользователей: «Я – взрослый человек, начал ловить себя на том, что жду не дождусь, когда появится возможность заглянуть на свою страничку в интернете. Меня к компьютеру тянуло гораздо сильнее, чем к жене и сыну! Я на работе перестал успевать дела делать. Приходил с утра, заходил в сеть, глядь, а уже вечер наступил. Чем весь день занимался – непонятно. В общем, принял волевое решение – удалил свою страничку из сети. Теперь я туда ни ногой. Пустая трата времени, и больше ничего. Ведь многодневное зависание в сети ничем меня не обогатило. Я не стал умнее, я не стал лучше. Просто тратил свою жизнь на какие-то глупости. А ведь, в сущности, какое мне дело, что подумают обо мне совершенно незнакомые люди. Какое мне дело до того, как они выглядят и что они говорят? Зачем я отказывался от общения со своими близкими и друзьями ради того, чтобы поговорить ни о чем с людьми, чьих имен-то я не знаю, только псевдонимы какие-то? Я прекрасно понимаю, что многим социальные сети нужны для зарабатывания денег. Чем больше посетителей на твоей странице, тем больше возможностей для заработка на той же рекламе, например. Но тем, кто ищет в сети не заработок, а общение, лучше туда не соваться. Душевного тепла вы там не найдете, только время зря потеряете».

Противники соцсетей также считают, что:

- в сети человек привыкает приукрашивать действительность и показывать себя более красивым, более успешным;
- люди, предпочитающие общение через интернет, рискуют в жизни навсегда остаться одинокими;
- человек, ведущий дискуссии в соцсетях на повышенных тонах, порой и с применением ненормативной лексики, непременно переносит такую манеру в жизнь, повышая уровень агрессии в обществе.

При этом он, знающий, что его могут прочитать миллионы, но абсолютно не стесняющийся своего сознательного оголения и намеренного хамства, становится, во-первых, критиканом, во-вторых, неадекватным человеком.

Итак, социальные сети – благо, если они необходимо используются для личностной и деловой коммуникации, рассматриваются как имиджевый инструмент и средство продвижения прогрессивных идей. Если же они начинают замещать реальную жизнь, отнимать время и нервы, если они собирают лишнее количество личной информации о человеке, способствуя потере конфиденциальности, то следует признать, что они начинают причинять вред людям, которым необходимо срочно избавляться от такой болезненной зависимости. То есть важно контролировать процесс, чтобы не заразился не только ваш компьютер, через соцсети затмевающий реальность и убивающий время, плохо влияющий на зрение и способствующий появлению неадекватных знакомцев, но и вы как пользователь.

Социальные сети могут выполнять ряд функций журналистики – *информационную, коммуникационную и рекреативную*, но функции, связанные с направленным профессиональным воздействием (*идеологическая, культурно-образовательная и организаторская*) если и реализуются в социальных сетях, то лишь в усеченном и хаотическом виде.

Стоит ли опасаться журналистам блогеров? Отнюдь.

На наш взгляд, блогеры и социальные сети существовали даже в те времена, которые ученые относят к прото- или пражурналистике. На Руси их называли каликами переходжими, за границей – странниками, которые со временем становились профессиональными нувеллистами (кстати, в толковом словаре В. Даля «калика» определяется как «странствующий, нищенствующий богатырь» – видимо, и тогда, чтобы отстаивать слово правды, требовалась силушка великая...).

К тому же не стоит путать любительство и профессионализм. Первый зависит только от своего настроения: захочу – напишу, не захочу – не напишу, а уж проверять факт на достоверность – увольте: слухи порождаем, слухами питаемся...

Профессионализм же подразумевает ответственность, и прежде всего – перед аудиторией. Девиз профессионала: «Качественная информация – в срок!» Подлинный профессионал

осознает и следует миссии журналистики как духовно-практической и социально ответственной деятельности.

Тот журналист профессионал, который:

- разделяет факт и комментарий;
- осторожно пользуется версиями (особенно если это касается острых конфликтных ситуаций);
- понимает, что такое «этичность позиции», «толерантность» и «сбалансированность точки зрения».

Тот журналист профессионал, который:

- использует достаточное количество конкретных, а не анонимных источников;
- проявляет осмотрительность, но не в ущерб оперативности;
- правдив и способен признавать ошибки, если таковые, увы, были им допущены.

То, что пользователи социальных сетей выступают в различных ролях – *публикаторов* (очевидцы, ретрансляторы, републикаторы, коллекторы, координаторы, комментаторы, эксперты, сатирики, публицисты) и *реципиентов* (коммуникаторы, комбинаторы) [7], можно посчитать одной из причин отмирания журналистской профессии, а можно рассматривать как один из современных факторов развития журналистики. Присутствие в информационном пространстве активной аудитории абсолютно не противоречит производственно-творческому и индивидуально-коллективному характеру журналистского труда. Журналистам следует использовать явление блоггерства, как в свое время они активно использовали читательские письма. Более того, если блоггер станет последовательно развивать набор врожденных и благоприобретенных качеств (оперативность, аналитизм, объективность, коммуникабельность, трудолюбие, креативность, эрудированность, владение устным и письменным словом, умение вести полемику, поддерживать дискурс, умение работать в команде и по жесткому графику, потребность рассказывать, умение создавать оригинальный информационный продукт), если он будет систематически производить и транслировать массовую информацию, то он неизбежно превратится в профессионала.

Правда, есть еще несколько условий: сознательное следование профессиональным и этическим стандартам и соответствие прикладным профессиональным требованиям: владение родным, русским, и иностранным языками; требование универсальности (умение работать на разных платформах); требование технической подготовленности (умение работать на компьютере, с фото-, аудио- и видеоаппаратурой и др.) и требование медиаправовой подготовки.

Наконец, журналист-профессионал отличается также особыми человеческими качествами: гражданственность, пассионарность, ответственность, честь и достоинство, смелость и мужество.

Новые специализации в журналистике. В передовых редакциях уже вводятся новые подразделения: SMM-отдел (*Social Media Marketing – маркетинг в социальных сетях*) и должности (SMM-менеджер), ведь от журналистов, взаимодействующих с социальными сетями, требуются новые навыки и компетенции, проявляющиеся в условиях конвергентной деятельности (работа в соцсетях, умение готовить сообщения в разных форматах и для разных платформ). Конвергенция в журналистике предполагает: а) учет специфики и эффективное использование существующих видов каналов передачи информации (печать, радио, телевидение, интернет); видов и типов СМИ (газеты, журналы, радио- и телепрограммы, сайты, порталы), а также различных платформ (приемники, телефоны, компакт-диски и др.); б) сочетание традиционных и новых технологий в поиске, обработке и трансляции информации.

Что касается аудитории средств массовой информации, то редакции сегодня активно занимаются SMM (*Social Media Marketing*), т. е. маркетингом в социальных сетях, продвижением своих информационных продуктов через различные социальные платформы, иначе – сегментированием рынка и позиционированием своих СМИ.

Появляются новые специальности и специализации: например, SMM-менеджер (SMM-редактор) решает задачи, связанные как с расширением аудитории СМИ за счет привлечения поль-

зователей социальными сетями, так и с укреплением положительного имиджа своего СМИ. На него же возложена задача по минимизации эффекта от «черных PR-технологий» недобросовестных конкурентов и негативно настроенных индивидуумов.

На основе анализа аудитории той или иной социальной сети SMM-менеджер подбирает те из них, которые подойдут его СМИ. Затем SMO-специалист (*Social media optimization*) займется оптимизацией сайта СМИ под данный набор социальных сетей. Это значит, что он предлагает такую структуру сайта, которая позволяет выделить из контента СМИ наиболее существенное, актуальное, оперативное, что он внедряет варианты мгновенного распространения и комментирования важной информации среди подписчиков, что он советует, как сделать дизайн и навигацию наиболее функциональными.

Если SMM-менеджер занимается прежде всего расширением аудитории за счет привлечения новых друзей из социальных сетей, то SMO-специалист делает все, чтобы удержать аудиторию на сайте. При этом и тот и другой занимаются SEO (*search engine optimization*) – комплексом мероприятий по увеличению видимости сайта в поисковых системах по целевым поисковым запросам.

Появление новых профессиональных установок говорит о том, что редакции должны находить работников, владеющих журналистским мастерством и учитывающим современные тенденции в журналистике (конвергентность, визуализация и т. п.), а также обладающих определенными техническими навыками, позволяющими увеличивать количество просмотров контента СМИ.

Эксперты говорят и о необходимости включения в штатное расписание современной редакции SMC-менеджера (*Social Media Curator*) – специалиста, в задачи которого входит «разделять информацию и мнение, вычленять подлинные источники и через ретрансляцию, поддержку, эмоциональные инструменты “приручить”, вписать в существующий контекст или сложить из таких источников отдельный контекст» [8]. Понятно, что в сетевой журналистике больше всего новых специализа-

ций (мультимеди-сторителлер, информационный режиссер и др.), но они будут востребованы и в редакциях традиционных СМИ, имеющих, как минимум, сайты в интернете.

Инновационные образовательные методики. Под инновационными технологиями в образовании понимаются новые способы и методы взаимодействия педагогов и учащихся, обеспечивающие высокие результаты обучения. То есть речь идет об эффективности и действенности педагогической деятельности, зависящих от внешних и внутренних факторов. Рассмотрим лишь один из факторов, относящихся к первой группе, – *технологический*, сделав акцент на возможностях, которые предоставляет медиапедагогу современная техника [9].

Компьютерная техника в настоящее время используется в качестве средства и инструмента обучения, в качестве средства творческого развития студента и средства автоматизации процессов контроля, коррекции, тестирования и психодиагностики. Правильное применение мультимедиа обеспечивает получение более полной и достоверной информации об изучаемом материале, повышает роль наглядности в учебном процессе, позволяет использовать аудио- и видеоинформацию, дополняющую текстовый материал и т. д.

Так, на факультете журналистики Воронежского государственного университета практически все аудитории, а также кабинеты и кафедры оснащены компьютерами, проекторами и экранами, что позволяет лекторам при необходимости применять презентацию. В тех аудиториях, в которые проведен интернет, любое занятие может включать примеры из Сети.

Факультет зарегистрировал и активно использует в учебно-воспитательном процессе следующие ресурсы: сайт ВГУ (<http://www.vsu.ru>), сайт факультета журналистики (<http://jour.vsu.ru>), городской студенческий портал «5 сов» (<http://5-sov.ru/blog/sport/9.html>), блог кафедры рекламы и дизайна aDDetails (<https://addetails.wordpress.com/>), группы «ВКонтакте» (https://vk.com/jour_vsu; <https://vk.com/vsutv>; <https://vk.com/radionavigator>; <https://vk.com/radionavigator>; <https://vk.com/jourfuk>; https://vk.com/ad_design_vsu; <https://vk.com/public69298606>; <https://vk.com/public69298606>;

vk.com/mymedialive; <https://vk.com/aud201>; <https://vk.com/frogfest>; <https://vk.com/club79143175>).

Остановимся на некоторых из них.

Сайт факультета журналистики ВГУ. Преимущества веб-сайта как инструмента обеспечения вузовской деятельности очевидны: информационная мобильность, общедоступность, а также мультимедийность. В настоящее время это наиболее эффективное средство позиционирования направлений и специальностей на рынке образовательных услуг, привлечения абитуриентов, спонсоров, партнеров, обеспечения узнаваемости «марки», оперативного разрешения проблем и обратной связи.

Несколько лет назад Рекламный центр ВГУ провел исследование сайтов всех 18 факультетов с точки зрения их содержания и формы. Система оценки эффективности сайтов была разработана в соответствии с современными методиками [10; 11]; для определения индекса цитируемости, а также определения присутствия сайтов в каталогах был использован сервис CY-PR.com [12]. Эксперты определили такие группы актуальных оценочных параметров, как контент; удобство пользования; дизайн; наличие полезной информации; технологический аспект и популярность.

Исследовательская группа сформулировала общие рекомендации по повышению эффективности факультетских сайтов ВГУ, и первая из них – необходимость регулярного обновления новостей. При этом новости должны были отвечать требованиям оперативности, эксклюзивности, значимости для конкретной целевой группы.

Мультимедийный портал студентов Воронежа. Кафедра теории и практики журналистики ВГУ создала мультимедийный портал студентов Воронежа, где представлены классический и альтернативный взгляды на самые актуальные новости, культурные и спортивные события, учебу и отдых. Для журфака портал – своеобразная «клиника при университете», уникальная учебно-производственная площадка, социальный проект, созданный студентами и преподавателями факультета журналистики ВГУ. В разделе, посвященном всему проекту раз-

мещены приглашение стать автором и Stylebook (руководство к действию на портале), а также клики «График дежурств и календарь событий», «Баллы», «Какие новости нам нужны?», «Какие заголовки нам нужны?» и «Какие фото нам нужны?».

В 2018 г. в рамках финальных мероприятий окружного этапа X Всероссийского конкурса средств массовой информации «СМИротворец» на лучшее освещение вопросов межнациональных и этноконфессиональных отношений (по Центральному федеральному округу) выделялись лучшие СМИ. Третье место в номинации «Интернет» занял студенческий портал «P.S. – Пять сов». Победу ему принесли работы магистранта факультета журналистики, выпускницы Школы межнациональной журналистики Анастасии Картавцевой. В этом году на окружной этап по ЦФО было представлено 2500 работ из регионов Центрального федерального округа, кроме Москвы.

Корпоративный блог подразделения вуза как multifunctional образовательная площадка [13]. Блог кафедры рекламы и дизайна ВГУ aDDetails (<https://addetails.wordpress.com/>) был запущен 1 сентября 2015 г. и рассматривался изначально как имиджеформирующий инструмент взаимодействия с внутренними и ближайшими внешними аудиториями факультета журналистики. Цель – создание коммуникационной площадки, которая позволяла бы взаимодействовать как внутри факультета (между студентами), так и за его пределами (между факультетом и рынком труда), а также – фиксация этих процессов в виде живых историй. Спустя год работы создатели блога поняли, что его имиджевый потенциал полностью уравновешен сопоставимым объемом образовательных функций. Сегодня эта площадка позволяет реализовывать абсолютно все виды деятельности, отраженные во ФГОС коммуникационных направлений, а именно: авторский, маркетинговый, организационный и технологический виды деятельности.

«Битва журфаков» как инновационная образовательная методика с соревновательной основой [14]. Соревнование студентов факультетов журналистики вузов РФ «Битва журфаков» стало формой инновационной образовательной методики с

соревновательной основой и позволило приблизить образовательные процессы на факультетах, отделениях, кафедрах журналистики российских вузов к «земле», реальности. Одновременно проект сделал учебный процесс живее и ярче. При этом в ходе реализации проекта была оказана информационно-социально-культурная помощь локальным территориям РФ – малым городам и сельским районам.

Первая «Битва журфаков» прошла на территории Воронежской области. Участие в проекте приняли вузы из 23 регионов РФ от Калининграда до Благовещенска. В ареопаг, или, иными словами, экспертный совет конкурса, вошли авторитетные журналисты страны и области.

В результате первого – заочного – этапа (по сумме экспертных баллов за портфолио и кейсы) определились победители и призеры в каждой из номинаций (порядка 30–35 человек) и шесть команд финалистов. В очном, финальном, этапе «Битвы журфаков» 2018 г. команды (5 студентов + 1 преподаватель) отправились на три дня в журналистскую экспедицию в один из муниципалитетов Воронежской области. Такой точкой на карте региона стал Павловск, небольшой город, районный центр.

Команды заранее готовились к командировке, изучали социокультурную ситуацию на локальной территории, делали «домашние заготовки». В течение трех командировочных дней для команд проходили обучающие мастер-классы от экспертов проекта.

Ключевым моментом проекта стала большая соревновательная игра по методике «тотальная журналистка» с акцентом на решении социокультурных проблем.

В онлайн-режиме работали и эксперты, оценивая материалы финалистов по мере их появления в ленте. Был и онлайн-обзор. Десяток корреспондентов городского студенческого портала «P.S. – 5 сов» вели свою онлайн-ленту о финале проекта, вели стримы мастер-классов и церемонии награждения, тем самым также в реальных условиях отработывая навыки мультимедийной журналистики.

Фестиваль как праздник и учебный метод [15]. Популярность студенческих фестивалей объясняется, во-первых, важностью

таких вузовских мероприятий, в ходе которых теоретические знания проверяются практикой, реализуются профессиональные навыки (учебно-методическая задача); во-вторых, на победителей и лауреатов обращают особое внимание представители отрасли, приглашаемые в жюри, и работодатели (профессиональное ориентирование); в-третьих, успех подобного форума гарантируется мобильностью и творческим потенциалом молодых участников (социальный и творческий аспекты); в-четвертых, если комплексное мероприятие проводится ежегодно и в течение многих лет, становятся очевидными его высокие имиджевые возможности (рекламная и маркетинговая цели).

На факультете журналистики Воронежского государственного университета с 2010 г. проходил Всероссийский конкурс вузовского аудио- и видеотворчества *Record*, с 2011-го – фестиваль студенческой рекламы *FROG*. В 2017–18 учебном году два форума были объединены в один – в международный фестиваль-конкурс журналистов, рекламистов и пиарменов «Жизнь в творческом полете!». И он успешно решил поставленные цели и задачи:

- дал возможность участникам продемонстрировать свои профессиональные навыки и творческий потенциал в области массовой коммуникации;
- способствовал повышению уровню соответствия образования в области журналистики, рекламы и связей с общественностью требованиям, предъявляемым медиаотраслью;
- выявил творческий потенциал студентов профильных направлений и вузов;
- развил и реализовал профессиональные способности, исследовательские и организаторские навыки студентов;
- осуществил профессиональную социализацию студентов, способствовал налаживанию деловых контактов и привлечению внимания к молодежным инициативам в области социального проектирования и межсекторного взаимодействия в России;
- укрепил качественное и регулярное взаимодействие органов власти, бизнеса, гражданского общества и медиа путем по-

вышения профессионального уровня студентов профильных направлений вузов;

– развил инновационную, эффективно действующую студенческую площадку для разработки и реализации перспективных молодежных социально-экономических проектов, на которой отдельный участник или команда могут получить общественную и государственную поддержку, продемонстрировать свой талант, найти единомышленников.

В этом и видится значение подобных фестивалей, способствующих повышению уровня профессиональной подготовки специалистов для медиасферы.

В. В. Тулунов

Литература

1. В 2007 г. известные российские журналисты Анатолий Друзенко, Гагик Карапетян и Альберт Плутник выпустили книгу с характерным названием: Друзенко А. С журналистикой покончено, забудьте! : О друзьях-товарищах, драме «Известий» и распаде профессии / А. Друзенко, Г. Карапетян, А. Плутник. – М. : Зебра Е, 2007. – 528 с.
2. «В России сегодня журналистики нет» – такое заявление на совместной конференции президентского Совета по правам человека и общественной коллегии по жалобам на прессу сделал телеведущий В. Познер. – Режим доступа: <http://www.dw.com/ru/владимир-познер-в-россии-сегодня-нет-журналистики/a-18475451> (дата обращения: 15.12.2018).
3. Джапаридзе М. Волин: журналистики как таковой в XXI веке больше не существует / М. Джапаридзе // Информационное агентство ТАСС. – Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/3387041> (дата обращения: 15.12.2018). – См. его же: «Не существует миссии журналиста “сделать мир лучше, нести свет истинного учения, повести человечество правильной дорогой”» (<http://www.obeschania.ru/news/2013-02-15/volin-mnenie-nikiforov>); «Журналистики как гуманитарной специальности в чистом виде не существует. Если сейчас смотреть, к чему ближе журналистика – к филологии или IT – я бы ответил, что к IT (<https://riavrn.ru/news/aleksey-volin-v-voronezhe-zhurnalistiki-kak-gumanitarnoy-spetsialnosti-ne-sushchestvuet-/>).
4. Профессор кафедры деловой и политической журналистики НИУ ВШЭ высказывается вполне откровенно: «В Высшей школе экономики скоро не будет отделения деловой и политической журналистики. И я

- этому очень рада. Потому что журналистика исчезает, хотим мы этого или нет, это профессия двух предшествующих веков. <...> У нас в НИУ ВШЭ отделение журналистики станет факультетом коммуникаций. Для начала будем изучать “двигатель внутреннего сгорания” – мультимедийность и конвергентность, а там и новые песни придумает жизнь». – Романова О. Кризис журналистики / О. Романова // Смена. – 2011. – № 1760. – Режим доступа: <http://smena-online.ru/stories/krizis-zhurnalistiki> (дата обращения: 15.12.2018).
5. Елена Вартанова: «Журналистика — общественный институт, который производит духовные и виртуальные ценности» // PlanetaSMI. RU. – 2016. – 30 июня. – Режим доступа: <http://planetasmi.ru/upravlenie/45053-zhurnalistikaobshchestvennyj-institut-kotoryj-proizvodit-dukhovnye-i-virtualnye-tsennosti-elena-vartanova> (дата обращения: 15.12.2018).
6. Поворазнюк С.: Функции печатных изданий нужно перепридумывать. Руководство «Афиши» – о перезапуске журнала. – Режим доступа: <http://www.planetasmi.ru/blogi/comments/38296.html> (дата обращения: 15.12.2018).
7. Браславец Л. «Гражданская журналистика» и типичные роли пользователей социальных сетей / Л. Браславец // Релга. Ру. – 01.09.10. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2714&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 04.05.2015).
8. Гатов В. Будущее журналистики. Как новые медиа изменили журналистику / В. Гатов // New media. – Режим доступа: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/> (дата обращения: 13.11.18).
9. Понятие «технология обучения» имеет два значения: первое значение – это совокупность методов и средств обработки, представления, изменения и предъявления учебной информации; второе значение – это наука о способах воздействия преподавателя на учеников в процессе обучения с использованием необходимых технических или информационных средств. В технологии обучения содержание, методы и средства обучения находятся во взаимосвязи и взаимообусловленности. См.: Современные педагогические технологии. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/2911828/> (дата обращения: 28.12.18).
- Полтавец А. В. Веб-сайт вуза как эффективный инструмент обеспечения вузовской деятельности / А. В. Полтавец. – Вопросы управления. – № 3. – 2010. – Режим доступа: <http://vestnik.uapa.ru/ru-ru/issue/2010/03/03/> (дата обращения: 30.11.2017).
11. Webometrics Ranking of World Universities. – Режим доступа: <http://www.webometrics.info/en/Methodology> (дата обращения: 30.11.2017).

12. CY-PR. com. – Режим доступа: <http://www.cy-pr.com/analysis/www.vsu.ru> (дата обращения: 30.11.2017).
13. Щукина Л. С. Корпоративный блог подразделения вуза как мультифункциональная образовательная площадка / Л. С. Щукина, А. А. Давтян // УМО-регион : Факультет журналистики ВГУ. – Воронеж, 2018. – С. 39–44.
14. Мажарина Ю. Н. «Битва журфаков» как инновационная образовательная методика с соревновательной основой / Ю. Н. Мажарина // УМО-регион : Факультет журналистики ВГУ. – Воронеж, 2018. – С. 49–54.
15. Сулима Г. А. Студенческие профессиональные фестивали в сфере рекламы и PR / Г. А. Сулима // Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации : новые подходы», 26–27 октября 2017 г. – Воронеж, 2017. – Ч. 1. – С. 135.

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 1, 2019)

Медиа как *mysterium tremendum*

Тема нашего небольшого исследования находится в поле зрения актуального научного направления – антропологии медиа, находящейся на пересечении визуальной антропологии, философии культуры, социальной антропологии, журналистики и занимающейся (в числе прочего) анализом восприятия читательского и зрительского контента, медиапрактик, трансформации сознания, превращенных форм религиозности и т. д.

Ситуация маниакального почитания гаджетов дошла до такой степени, что на сегодняшний день можно с уверенностью говорить о медиа как феномене, который имеет всю атрибутику, характерную для религиозного объекта. Разумеется, мы не имеем в виду так называемое «воцерковление гаджетов», которые помогают мусульманам определить направление для совершения намаза, а православным – найти вторую половинку на сайтах знакомств [1]. Взаимосвязь медиа и религии нас интересует совсем в другом аспекте, для понимания специфики которого достаточно обратиться к работам руководителя Анненбергской школы медиаисследований Д. Гербнера, который одним из первых подметил функциональный изоморфизм медиа (в частности, телевидения) и церкви; А. Черных, проанализировавшей ритуалы и мифы медиа; Б. Гройса, давшего описание религии в эпоху дигитальной репродукции и пришедшего к выводу, что визуализация дигитальных данных мало чем отличается от иерофании любого божества, а также многих других исследователей, отметивших принципиально новый принцип взаимоотношения медиа и религии. На этом фоне провозглашение инженером Кремниевой долины Э. Левандовски новой церкви, объектом поклонения которой является Искусственный интеллект [2], является вполне прогнозируемым актом. А если подкрепить вышеуказанные тезисы основными идеями философии техники П. Флоренского и М. Хайдеггера, вскрывающих ноуменальные аспекты существования технических объектов, то возникновение в современной культуре новой медиарелигии не кажется таким уж неожиданным.

Религия проявляет себя во внутреннем единстве трех сфер: предметов, представлений и переживаний. В медиа как религиозном феномене наличествуют все три плана религиозной жизни: ноуменальный, личный и социальный. В ноуменальном плане медиа представляются некоей особой реальностью (которую можно квалифицировать как медиареальность). В личном плане религиозной жизни медиа наделяются свойствами, характерными для священного объекта, что находит отражение в религиозном опыте субъекта, связанном с иерофанией. Следует отметить, что все три разновидности иерофании неразрывно связаны между собой в феномене медиа, являющимися собой и объект, и невидимую реальность (медиареальность) и медиатора. В социальном плане религиозной жизни медиа конструируют особую реальность посредством ритуалов, выполняющих функцию символической социализации и контроля, заново заколдовывая некогда расколдованный мир. По мнению М. Маклюэна, главное, что привнесли электронные медиа в современную культуру, – это иррациональность.

Важнейшей стороной религиозного опыта является нуминозность, которая связана с интенсивным переживанием таинственного и устрашающего божественного присутствия. Таким образом, мы приблизились к обозначению предмета нашего исследования – медиа в качестве источника нуминозного.

Понятие нуминозного вошло в научный оборот с легкой руки немецкого теолога и феноменолога религии Р. Отто. Вычленив из понятия «святое» моральный и рациональный компоненты, оставшийся иррациональный компонент исследователь назвал нуминозным. Следовательно, понятие священного шире, чем понятие нуминозного, поскольку священное содержит в себе нуминозное как некий своеобразный иррациональный элемент, наличие которого делает нуминозное совершенно недоступным для понятийного постижения [3].

Нуминозное является довольно сложным образованием, представленным несколькими компонентами, важнейшими из которых выступают *mysterium tremendum* и *mysterium fascinans*. Кратко рассмотрим структуру этих компонентов.

Mysterium tremendum состоит из следующих элементов: момент Tremendum (ужасающего), момент Majestas (всемогущего), момент Energicum (божественной энергии). Обратной стороной mysterium tremendum является mysterium fascinans, центральным ядром которого выступает момент Fascinans (восхищение). Дадим краткую характеристику каждого из указанных моментов нуминозного.

Момент Tremendum (ужасающего) представляет некую чувственную реакцию – испуг, который исполнен внутреннего ужаса, жути разной степени интенсивности, но в любом случае пронизывающей субъекта до мозга костей. Этот демонический ужас не исчезает даже на ступени самой высшей и чистой веры в Бога.

Момент Majestas (всемогущего) представляет собой бессилие перед лицом всемогущества и полновластия, которое превращает полноту власти в полноту бытия.

Момент Energicum (Божественной энергии) выражается в некоем особом рвении, доходящем до экстаза, наполненном необычной динамикой жизненности и страсти.

Момент Mysterium (Совершенно иное), как правило, означает не просто страшную тайну, а нечто странное, непонятное вообще. В то же время моменты tremendum и mysteriosum принципиально отличимы друг от друга, а момент mysterium в нуминозном может перевешивать момент tremendum, выступая на первый план. Mysterium минус tremendum можно обозначить как mirabile – удивление, обусловленное чудом, вплоть до состояния некоего ступора. Mirum – это нечто совершенно иное, загадочное по своей природе. Подвержено изменению, развитию, в ходе которого все более отчетливо проявляются могущество mirum. Можно выделить три ступени этого процесса: ступень просто изумительного, ступень парадокса и ступень антиномии [3].

Вторым полюсом нуминозного, в который диалектически переходит mysterium tremendum, является mysterium fascinans, являющее собой нечто притягательное, очаровывающее и со-

ставляющее непостижимую гармонию с отталкивающим моментом *tremendum*.

Следует отметить, что помимо вышеназванных моментов в нуминозное входит еще несколько, в частности момент *Augustum*, представляющий некую субъективную ценность в себе. Таким образом, структура нуминозного, выделенная Р. Отто, несмотря на кажущуюся простоту, представляется тем не менее достаточно запутанной.

Для выражения нуминозного существует ряд средств, которые Р. Отто разделил на прямые и не прямые (косвенные). К первым относятся поза, жест, интонация, выражение лица, торжественность и благоговение. Ко вторым – *mirum*, которое будучи одновременно и могущественным и страшным, пронизывает собой и ритуал, и культ. К числу прямых средств выражения нуминозного в западной культуре Р. Отто относит *темноту* и *безмолвие*, а в восточной – *ширь* и *пустоту*. Косвенными средствами выражения нуминозного являются возвышенное и магическое. Последнее, как затемненная сторона нуминозного, представляет собой низкую, сырую форму, которая, постепенно облагораживаясь, приобретает черты возвышенного, проявляющее себя в высоком искусстве [3]. Здесь уместно обратиться к мнению А. Черных, которая констатировала преимущественно негативный (в классификации Э. Дюркгейма – отрицательный) характер ритуалов медиа и пришла к выводу о том, что современные аспекты ритуала в медиа все же ближе к фрезеровскому его пониманию: они в большей степени магичны, чем религиозны, поскольку скандал и девиация представляют собой «...ритуал обращения с вторжениями неизвестного, невиданного, страшного и нежелательного» [4, 47]. И в этом плане «...для зрителя как пассивного наблюдателя телевизионный экран оказывается излучающим ту же гипнотическую магию, что и костер первобытной орды, отвлекающий от проблем и охраняющий от угроз [4, 47]. Соответственно, из всего комплекса нуминозных моментов в характеристике медиа, мы будем заострять внимание преимущественно на *Mysterium tremendum*.

Следует, однако, уточнить, что, постулируя нуминозную природу медиа, мы, прежде всего, имеем в виду новые медиа, появление которых обусловлено возможностью цифровых технологий кодировки информации. К числу их характерных признаков можно отнести отсутствие единого способа распространения (Интернет, соцсети, мобильные приложения, пуши в браузере, рассылки и т. д.), а также функционирование по современной модели потребления информации. У новых медиа отсутствует вертикальная иерархия, но наличествует сетевая структура. Вышеуказанным признакам соответствуют все каналы коммуникации, связанные с Интернетом и обладающие свойствами интерактивности: интернет-версии СМИ, интернет-СМИ, интернет-ТВ и интернет-радио, мобильное ТВ, блогосфера, социальные сети, виртуальные сообщества, виртуальные игры и др.

По мнению К. Г. Юнга, нуминозность представляет собой воздействие невидимой силы, вызывающей особые изменения сознания [5]. Новые медиа воздействуют на человека, вводя его в состояние легкого транса. Это воздействие может быть как спонтанным, так и спланированным заранее. Из этого следует, что нуминозное переживание, как специфический личный опыт представителя зрительской аудитории, во время просмотра спровоцирован действием медиатехнологий. Такое воздействие в прямом смысле захватывает человека, овладевает им, превращая его в жертву нуминозности.

Наличие нуминозного объекта (медиа) полагает существование некоей особой реальности. Применительно к теме нашего исследования данная реальность может быть определена как медиареальность, раскрывающая себя через свои основные эффекты – всеведение и всеприсутствие – качества, во всех религиях являющиеся одной из главных характеристик божества. К. Г. Юнг считал, что нуминозное – это опыт страха, трепета перед властью, но опыт величественного, дающего полноту бытия [5].

По убеждению М. Хайдеггера, человек, возомнивший себя творцом технической цивилизации, не замечает подстерегающей его опасности, которая заключается в том, что в «момент»

осознания своего господства над окружающим миром, он (человек), в действительности... оказывается во власти Gestell – скрытой силы, таинственного начала, порождающего современную технику [6]. Основная цель СМИ (и шире – медиа) не просто информировать аудиторию, а влиять, воздействовать и властвовать. Поскольку в ноуменальном плане медиа (как и любой технический объект) представляет собой самостоятельную форму бытия сущего, то следует признать, что человек оказался во власти медиа, которая имеет наступательный характер и стремление к тотальности: властное включение медиа в нашу жизнь распространяется на наши понятия, образ жизни, религиозные и нравственные представления, язык, чувства, социальность [7].

Постулируя нуминозный характер медиа, можно констатировать, что он действительно имеет не только оттенки, но и глубокие тона монструозности, которые прекрасно иллюстрируют момент Tremendum. В связи с этим нам следует обратиться к исследованию В. А. Подороги, центральным понятием концепции которого является «Господин-монстр» – собирательный образ, состоящий из смешения известных политических масок, которые есть не что иное, как образ действия монструозного прототипа [8]. Конечно, автор имеет в виду, прежде всего, некий класс, к которому относятся черные рейдеры, черные риелторы, строители финансовых пирамид, действующие с ведома чиновников разных уровней и т. д., то есть некий Homo criminalis. Господин-монстр приходит в дома вместе с телевидением и другими аудиовизуальными медиа, принося с собой сериалы, программы, напичканные депрессивными, криминальными и садистскими образами, поглощение которых аудиторией приводит последнюю в состояние ужаса.

Момент *Majestas* в медиа находит отражение в формировании у подвластной аудитории пиетета к всемогущему источнику власти. К числу наиболее важных качеств власти, способных вызвать столь глубокие чувства, В. В. Бочаров относит аномальность – физическую, психическую, поведенческую и прочие. Вышеуказанные признаки аномальности вызывают у управляемых эмоции подчинения, которые необходимы субъ-

екту власти для формирования у него ощущения избранности и психологического превосходства, что достигается в том числе и за счет нарушения табу. По мнению А. Калмыкова, аномальность медиа как субъекта власти представляет собой вариации посясторонних социопатий: многониковость – это не что иное, как одна из форм расслоения личности и признак шизофрении, лудомания – одна из форм наркомании и т. д. Также легко в Сети можно найти проявления эпилепсии, аутизма и сексуальных перверсий [9].

Момент *Mysterium* в медиа особенно наглядно иллюстрирует предположение А. Калмыкова о сущности Сети, которое постулирует её иную природу. Медиа как расширение тактильной и кинетической модальностей (в концепции органопроекции) представляет собой достаточно жуткое существо, способное думать и осязать окружающий мир [9]. Как нечто совершенно иное Сеть формирует иные коммуникации, которые успешно транслирует в обыденность и повседневность. Выражением этого является такой культурный феномен, как флешмоб, который невозможен без мобильной связи и Интернета. И тут приходит осознание ужасающего факта, что спикером флешмоба является сама Сеть. Человека, познавшего эту тайну медиа, охватывает нуминозный ужас.

Момент *Energicum* может быть констатирован в силу возникновения уникальной ситуации в киберпространстве, где стирается грань между личностью и социальной средой, а значит, виртуальный мир выводит процесс интериоризации на другой уровень. Интенсификация методов потребления информации ведет к тому, что не только мы с утроенной энергией пытаемся ворваться в виртуальный мир, но и виртуальный мир с такой же неукротимой энергией пытается ворваться в нас.

Подводя итог нашего небольшого исследования, следует отметить, что если одна из двух составляющих религиозного отношения – страх или удивление – доминирует над другой, то на месте религиозного отношения субъекта к некоему объекту остается простое любопытство, что, по мнению М. Хайдеггера, можно квалифицировать как невстречу человека со святым.

Подкрепив этот тезис словами П. Флоренского о том, что живая реальность – это благое бытие, а формальная, иллюзионистическая её копия – зло, то можно предположить, что в статусе превращенной формы религиозного объекта медиа – это пространство зла и невстречи человека со святым, что отсылает нас к гностической (жизнеотрицающей) картине мира.

Е. А. Цуканов

Литература

1. Религия в гаджетах. – Режим доступа: <https://geektimes.ru/post/276094/> (дата обращения: 05.04. 2018).
2. CLXIII. Точка невозврата. Церковь Искусственного Интеллекта. – Режим доступа: <https://goldvoice.club/@chaos.legion/clxiii-tochka-nevozvrata-cerkov-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 05.04. 2018).
3. Отто Р. Священное. Об иррациональном в идее божественного и его соотношении с рациональным / Р. Отто. – СПб., 2008.
4. Черных А. И. Ритуалы в медиатизированном обществе: препринт WP14/2012/03 / А. И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М., 2012.
5. Юнг К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг. – М., 1991.
6. Павленко А. Н. Возможность техники: взгляд из Лавры и голос из Марбурга / А. Н. Павленко // Историко-философский ежегодник – 2002. – М., 2002.
7. Костюк К. Н. Книга в новой медийной среде / К. Н. Костюк. – М., 2015.
8. Подорога В. А. Господин монстр: заметки по антропологии власти / В. А. Подорога // Политическая концептология. – 2016. – № 2. – С. 116–128.
9. Калмыков А. А. Четвертая политическая сила / А. А. Калмыков // Вестник РГУ. – 2012. – № 1. – С. 21–28.

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 3, 2018)

Специфика медиапотребления в социальных медиа: феномен активного пользователя

На значительном временном промежутке магистральным направлением исследования практик социальных медиа являлось выявление соотношения пользовательского и журналистского контента и связанные с ним трансформации моделей медиапроизводства и медиапотребления. Центральной при изучении феномена гражданской журналистики стала проблема активного пользователя, выступающего не пассивным потребителем информационного продукта, а его производителем. Она не теряет своей актуальности и на нынешнем этапе изучения коммуникативных практик социальных медиа в контексте их медийного потенциала.

В то же время текущее состояние социальных медиа актуализирует несколько более глобальный подход к трансформации моделей медиапотребления, детерминированной современным состоянием Интернета. Акцент делается на широком осмыслении понятия гражданской журналистики, включающего в себя не только и не столько производство собственно пользовательского контента, сколько расширение функциональных границ для реципиента, выступающего в роли комментатора, интерпретатора и модератора сообщений. Как подчеркивает новозеландский исследователь Люк Гуд, «влияние гражданской журналистики на массмедийный дискурс не исчерпывается созданием новых сообщений. Не менее важным представляется воздействие, оказываемое блогерским сообществом на повестку дня, формируемую традиционными средствами массовой информации» [1].

Таким образом, на современном этапе развития сетевых электронных ресурсов вопрос взаимозаменяемости пользовательского и журналистского контента становится менее актуальным, нежели проблема деформации моделей медиапотребления, связанная с изменением роли аудитории. Последняя задает целостную методологическую парадигму изучения феномена онлайн-

журналистики в цифровую эпоху на данном этапе ее развития, когда наиболее репрезентативным становится осмысление пользовательского поведения в пространстве социальных сетей, а также набирающих популярность мессенджеров [2].

Касаясь исторической составляющей указанного выше процесса, нельзя обойти вниманием тот факт, что Рунет изначально стал площадкой, в которой производство собственного контента было симбиотически связано с медиапросветительской культурой, формирующей навыки отбора, оценки и репрезентации сообщений, поступающих из широкого круга каналов. Так, авторские проекты второй половины 90-х, появившиеся еще до создания в русскоязычном сегменте Сети непосредственно журналистских ресурсов, формировали картину происходящего в Рунете на ранних этапах его развития путем веб-обзоров, задающих определенную парадигму онлайн-коммуникаций. Веб-обзоры отражали подчеркнуто субъективное авторское отношение к ресурсам Рунета. Система ссылок и коротких комментариев к ним стала прообразом персонифицированной ленты подписки, которую мы детально рассмотрим ниже.

Блогосфера явилась закономерным продолжением процесса, при котором пользователь формирует собственную ленту подписки, включающую новости друзей, лидеров общественного мнения, в сетевом сообществе выступающих в роли так называемых «привратников», то есть людей, которые имеют возможность контролировать медиапоток, осуществляя выбор тем и расставляя акценты [3], а также интересующих его сообществ. Как пишет Е. А. Горный, «появление блогов ознаменовало дальнейшую демократизацию Интернета и дало пользователям простой и удобный инструмент самовыражения (и самоизобретения)» [4].

Подобная ситуация наблюдается и на текущем этапе развития онлайн-коммуникаций, когда аудиторный интерес сконцентрирован на социальных сетях, также позволяющих создавать индивидуальную персонифицированную ленту новостей путем включения в нее информации, поступающей от «друзей» и сообществ.

Что касается непосредственно журналистских ресурсов, то изменения структуры медиапотребления проявляются в том, что постепенно снижается количество пользовательских переходов на главные страницы интернет-СМИ. В то же время общее число их посетителей остается, с известными оговорками, константной величиной. Таким образом, с одной стороны, аудиторный интерес к сетевым продуктам журналистской деятельности как минимум не сокращается, но с другой стороны – меняется сама структура его потребления. Точкой входа на журналистские ресурсы становится персонифицированная лента подписки пользователя в социальных сетях. Следовательно, пользователь получает лишь отдельное сообщение, после чего возвращается обратно в персонифицированную ленту подписки вместо того, чтобы продолжать ознакомление с журналистским ресурсом, представляющим собой органическое целое. Вместо полной картины происходящего, подготовленной профессиональными создателями контента и модераторами, он имеет дело лишь с отдельными ее фрагментами, выбранными самостоятельно и не всегда осознанно. Таким образом, достигается высокая степень фрагментизации, которая приводит к образованию информационных лагун, заполняемых во многом хаотически и бессознательно.

В данном процессе можно усмотреть предельное воплощение борьбы за таргетированную аудиторию и ориентирование на постструктуралистскую демассификацию общества, вызванную переходом от индустриального типа общества к постиндустриальному. Структура распространения новостных сообщений в социальных сетях напоминает ризому, о которой также писали постструктуралистские мыслители [5].

Трансформация моделей медиапотребления позволяет каждому пользователю формировать персонифицированную картину мира, в которой внутригрупповые сообщения локального характера перемежаются с массовой информацией. При этом в определенной мере онлайн-СМИ сохраняют журналистские стандарты работы с информацией, которая, несколько изменяясь, становится частью указанной персонифицированной

новостной ленты. Дивергентные силы, в значительной мере ослабляющие иерархические связи, компенсируются конвергентными, направленными на реструктуризацию и поддержание целостности системы социальных медиа в контексте их корреляции с непосредственно журналистскими сетевыми ресурсами. Разнонаправленность паттернов активности усложняет исследовательскую деятельность, однако не устраняет вовсе вопрос выявления закономерностей взаимопроникновения социальных сетей и онлайн-СМИ. Подобное положение позволяет снять остроту дискуссии о соотношении пользовательского и журналистского контента в информационном пространстве Интернета и заменить его на более широкую проблематику взаимодействия рассматриваемых феноменов.

Касаясь проблемы становления русскоязычного сегмента Интернета как общественного явления, а социальных медиа – как совокупности пользовательских выборов и определенных сообществ, оторвавшихся от традиционных представлений о пассивной аудитории, необходимо отметить, что наряду с процессами демократизации, происходившими не так давно в нашей стране, невозможно проигнорировать процесс демассификации общества в целом, характерный для всей западной цивилизации. В этом плане социальные медиа являются характерным примером деконструктивистской системы, в которой практически невозможно найти центр, а демассификацию можно рассматривать в качестве постмодернистского явления. С постструктуралистской философской мыслью также коррелирует и указанная нами выше разнонаправленность паттернов активности пользователя. В перспективе это может привести к поляризации пользовательских картин мира внутри глобальной коммуникативной площадки.

Обозначенные трансформации моделей медиапотребления обуславливают необходимость изменений внутри структуры новостей, которые должны быть пригодны для стимулирования пользовательского перехода на страницу онлайн-СМИ. Выявление определенных механизмов данной реакции становится фундаментальным для обеспечения успешного функци-

онирования медийного ресурса в Рунете. С другой стороны, остается актуальной проблема проведения демаркационной линии, разграничивающей коммуникативное пространство социальных сетей и непосредственно журналистских ресурсов: стирание указанной границы в перспективе грозит серьезными деформациями в области работы с источниками информации, авторского права, журналистской этики и ряда иных важных характеристик профессиональной деятельности.

Таким образом, на первый план выходит проблема циркуляции и трансформации новостных сообщений (авторами которых в основном выступают сотрудники профессиональных СМИ, крупных политических и общественных организаций, реже – гражданские активисты и иные лица) в пространстве социальных медиа, особенно социальных сетей. Без осознания указанных путей распространения и выявления закономерностей в этой сфере журналистская деятельность на этапе передачи реципиенту сообщения становится слабо осмысленной.

Изменения в медиапотреблении, связанные с трансформацией роли реципиента и сдвигом общей коммуникативной парадигмы, имеют серьезные когнитивные последствия. Модели активности пользователя, в пространстве социальных медиа осуществляющего отбор, оценку, репрезентацию, комментирование и продуцирование информации, актуализируют медиапросветительский дискурс, в то время как сейчас подобная деятельность во многом имеет бессистемный характер. Вместе с высоким уровнем информационного шума и общим усложнением рассматриваемой среды в цифровом пространстве подобный оттенок хаотичности приводит к стрессовым ситуациям для самого пользователя. Отечественный исследователь С. В. Паранько пишет по этому поводу: «За интерес человека одновременно борются уведомления от мессенджеров, социальных сетей, почтовых клиентов и интернет-изданий. Высокий технический шум цифровой среды снижает фокус внимания читателя» [6, 9].

Усложнение информационной среды должно органично сочетаться с рационализацией поведения медиапотребителя, в то время как на данном этапе наблюдаем обратный процесс. Кри-

тическое отношение к потребляемым новостным сообщениям заглушается высоким уровнем информационного шума, нередко сопряженным с общей установкой на рекреацию, сопутствующей просмотру ленты подписки в социальной сети.

Таким образом, информационные процессы, вместо того чтобы приобрести более высокую степень прозрачности, продолжают оставаться для аудитории внерациональным явлением, несмотря на увеличение пользовательской активности. Если учесть, что в персонифицированной ленте новостная информация из проверенных источников соседствует с ресурсами, ориентированными на сенсационную подачу сведений, и развлекательным контентом, то деформации картины мира становятся даже более существенными, чем в случае обращения к узкому кругу онлайн-СМИ. Присовокупив к этому мультимедийные и конвергентные процессы [7], протекающие в Интернете, усиливающие визуальную составляющую и актуализирующие внерациональные способы усвоения информации, получаем коммуникативное пространство, генетически способное вмещать в себя огромное количество медиамифов. Таким образом, феномен медиапросвещения оказывается парадоксальным образом сопряжен с манипулятивными практиками. Подобные практики могут быть связаны как с самим текстом, так и с трактовочно-комментарийным комплексом, которым он обрастает в процессе циркуляции внутри онлайн-среды социальных сетей. Указанная корреляция медиапросвещения и манипулятивного потенциала представляется практически не изученной на современном этапе исследований онлайн-коммуникаций.

В сложившихся условиях представляется необходимым, с одной стороны, адаптировать журналистские тексты к их функционированию внутри пространства социальных сетей и обрастанию трактовочно-комментарийным комплексом, с другой – повышать пользовательскую медиакультуру, рационализируя участие аудитории в медийных процессах, приобщая пользователя к роли модератора собственной новостной ленты. Выполнение этих двух условий представляется необходимым для эволюции всей парадигмы интернет-коммуникаций,

преодоления разрыва между технологическими потенциями и реальными компетенциями пользователей, а также профессиональных производителей медиаконтента.

Выявление механизмов появления семантических комплексов в пространстве социальных медиа (в первую очередь социальных сетей), их деформирования и распространения (для рассматриваемой коммуникативной площадки два последних процесса единовременны и во многом симбиотичны) в этом контексте привносит синтезирующее начало, позволяющее снять субъект-объектную дихотомию и рассматривать проблему в ее целостности.

В данном контексте необходимо отметить, что современное состояние социальных сетей, характеризуемое как аутопойетическое, генетически связано с отмеченной выше проблемой иррационализации коммуникативных процессов, когда технические возможности системы и ее практики во многом опережают теоретическое осмысление происходящих процессов, что создает иллюзию самостийности.

На данный момент мы можем наблюдать не просто смещение моделей медиапотребления внутрь парадигмы, заданной интернет-сообществом, но развитие самой этой парадигмы. Выделение указанного феномена ставит перед исследователями ряд вопросов, связанных со спецификой данной коммуникативной среды, выявления законов ее функционирования, информационного и социального потенциала и т. п.

Таким образом, на современном этапе развития социальных медиа в определенной мере снимается острота дискуссии о взаимозаменяемости пользовательского и журналистского контента. В то же время актуализируются вопросы деформации традиционных коммуникативных моделей, изменения роли реципиента и паттернов медиапотребления, а также циркуляции семантических комплексов в пространстве Интернета вообще и социальных сетей в частности. В совокупности этот проблемный комплекс, остро нуждающийся в заполнении образовавшихся лакун, формирует широкое поле исследований.

И. Н. Шамаев

Литература

1. Goode L. Social news, citizen journalism and democracy / L. Gude. – 2009. – Режим доступа: <http://nms.sagepub.com/content/11/8/1287.abstract> (дата обращения: 18.03.2017).
2. Голобушина О. К. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации / О. К. Голобушина // Вестник Омского университета. Языкознание. – 2015. – № 1 (75). – С. 208–212.
3. Levin K. Frontiers in group dynamics / K. Levin // Human Relations. – 1947. – № 1. – Р. 143–153.
4. Горный Е. А. Виртуальная личность как жанр творчества / Е. А. Горный // Сетевая словесность. – 10.05.2007. – Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gornyy/vl.html> (дата обращения: 18.03.2017).
5. Делёз Ж. Анти-Эдип : Капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. — Екатеринбург : У-Фактория, 2007. – 672 с.
6. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под ред. С. Д. Балмаевой и М. М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
7. Кирия И. В. Мультимедиа и новые принципы новостей / И. В. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М. : Фокус-медиа, 2010. – С. 30–48.

Впервые была опубликована в журнале «Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика» (№ 3, 2018)

Наши авторы

В. В. Богуславская – доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина.

А. Л. Дмитриевский – доцент кафедры журналистики и связей с общественностью Института филологии Орловского государственного университета имени И. С. Тургенева.

А. Д. Ивушкина – магистрант филологического факультета Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина.

Т. Л. Каминская – доктор филологических наук, доцент, профессор Департамента политологии Финансового университета при Правительстве РФ.

Д. В. Неренц – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Российского государственного гуманитарного университета.

Т. А. Пивоварчик – кандидат филологических наук, декан факультета истории, коммуникации и туризма, доцент кафедры журналистики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы.

В. Ф. Познин – доктор искусствоведения, профессор кафедры телерадиожурналистики Санкт-Петербургского государственного университета.

М. В. Репина – сотрудник факультета журналистики Воронежского государственного университета.

С. Л. Страшнов – доктор филологических наук, профессор Ивановского государственного университета.

В. В. Тулунов – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Е. А. Цуканов – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиатехнологий СМИ Высшей школы печати и медиатехнологий Санкт-Петербургского университета промышленных технологий и дизайна.

И. Н. Шамаев – аспирант кафедры журналистики и медиакоммуникаций Волгоградского государственного университета.

Научное издание

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ НАУКИ
под ред. проф. В. В. Тулупова

Корректоры: Т. П. Коновалова, Е. А. Ряжских
Компьютерная верстка: П. И. Новиков

Подписано в печать 27.10.19. Формат 60x84 1/16
Гарнитура Minion Pro
Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. п. л. 4,22 Тираж 100 экз.

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики
394068, Воронеж, Хользунова, 40-а
Тел. (473) 274-52-71 E-mail: vlvtul@mail.ru

Отпечатано в типографической лаборатории факультета
журналистики ВГУ